

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП

ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА



РУРАЛЕН ТУРИЗАМ

Интерна скрипта

Доц. д-р Дејан Методијески

Доц. д-р Никола Димитров

Скопје, 2013

СОДРЖИНА

ВОВЕД	4
ГЛАВА I ДЕФИНИРАЊЕ НА ПОИМОТ РУРАЛЕН ТУРИЗАМ. ФАКТОРИ ЗА ПОСТОЕЊЕ И РАЗВОЈ НА РУРАЛНИОТ ТУРИЗАМ	7
1. Дефинирање на туризмот и критериуми за поделба на видовите туризам ..	7
1.1. Почетоци и развој на руралниот туризам	12
1.2. Суштина на руралниот туризам.....	16
1.3. Терминот рурален туризам	18
2. Дефиниции за рурален туризам	22
2.1. Видови на рурален туризам	30
3. Фактори за постоење и развој на руралниот туризам	42
3.1. Природни и антропогени туристички фактори.....	42
3.2. Објекти за сместување	45
3.3. Човечки фактор.....	50
3.4. Атракции.....	53
3.5. Исхрана во руралната средина	55
3.6. Институционална рамка	57
3.7. Инфраструктура.....	66
3.8. Безбедност	69
3.9. Програми на Европската Унија	70
4. Понуда на рурален туризам	73
4.1. Карактеристики	73
4.2. Искористеност на капацитетите	75
4.3. Сезонско работење	77
4.4. Маркетинг во руралниот туризам	78
4.5. Туристичка политика	83
4.6. Мерки на угостителската политика.....	85
4.7. Дополнителни дејности во руралниот туризам	86
5. Побарувачка на рурален туризам	89
5.1. Мотивација за престој во руралните средини	92
5.2. Профил на туристите	94
6. Креативните индустрии во функција на руралниот туризам.....	96
7. Улогата на жената во руралниот туризам	100
ГЛАВА II МЕЃУНАРОДНИ ИСКУСТВА ПОВРЗАНИ СО РУРАЛНИОТ ТУРИЗАМ	107
1. Руралниот туризам во Европа.....	111
1.1. Бугарија	111
1.2. Велика Британија.....	118
1.3. Германија	120
1.4. Грција.....	120
1.5. Данска.....	122
1.6. Естонија.....	122
1.7. Италија	122
1.8. Исланд.....	125
1.9. Ирска	126
1.10. Литванија.....	126
1.11. Летонија.....	127
1.12. Молдавија.....	128
1.13. Норвешка.....	130

1.14. Португалија	130
1.15. Полска	131
1.16. Романија	132
1.17. Словенија	133
1.18. Србија	134
1.19. Унгарија	137
1.20. Украина	138
1.21. Финска	139
1.22. Франција	140
1.23. Хрватска	141
1.24. Швајцарија	142
1.25. Шпанија	143
2. Руралниот туризам во останатите држави од светот	144
2.1. Австралија	144
2.2. Канада	145
2.3. Соединети Американски Држави	145
2.4. Јужна Кореја	147
3. Меѓународни организации кои се занимаваат со рурален туризам	148
3.1. Eurogites	148
3.2. ECOVAST	148
3.3. Rural tourism international	149
3.4. Прв конгрес за рурален туризам	149
ГЛАВА III РУРАЛНИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	152
1. Состојбата на руралниот туризам во Република Македонија	152
2. Регионална распространетост и потенцијал на руралните средини за развој на рурален туризам во Република Македонија	171
3. Креативните индустрии во функција на руралниот туризмот во Република Македонија	218
4. Улогата на руралната жена во можностите за развој на руралниот туризам во Република Македонија	223
5. Заклучни согледувања	226
Прилог 1	232
БИБЛИОГРАФИЈА	237

ВОВЕД

Руралниот туризам како алтернативен вид туризам, е во состојба во поголем степен да ги задоволи потребите на современиот човек, кои урбаната средина не е во можност да ги задоволи. За да се појасни какви можат да бидат тие незадоволени потреби и да се даде одговор на прашањето на што се должи интересот за побарувачка на овој вид туризам, неопходно е да се анализира што се содржи руралниот туризам.

Низ светот трендовите на индустријализација и развој имаат централно урбанистички приод. Напоредно, стресот на урбаниот начин на живот придонесува за синдром на контра-урбанизација. Сето ова води до зголемен интерес за руралните подрачја.

Зголемениот развој на туризмот во светски рамки е поврзан со потенцијалниот развој на руралниот туризам. Руралниот туризам е една од неколкуте активности кои можат да понудат решение за социјалните проблеми во руралните средини, особено проблемот со високата стапка на невработеност. Покрај тоа, има и други фактори кои го пренасочуваат фокусот кон руралниот туризам како: зголемениот интерес кон културното наследство и подигањето на нивото на еколошката свест. Како резултат на наведеното, во развиените земји се појавува нов вид на туризам насочен кон посета на руралните средини.

Во вака создадените услови, предизвик е да се промовира руралниот туризам како примарен туристички производ кој би го проширил туризмот и неговите социо-економски придобивки за руралните средини. Поради тоа, се појавува потреба од идентификација на клучни географски региони за развој и промоција на руралниот туризам.

Материјалот кој се содржи во интерната скрипта е поврзан со туризмот кој го презентира руралниот живот, уметноста, културата и наследството на руралните средини и можностите за неговиот развој. Ваквиот вид туризам (рурален туризам) овозможува интеракција меѓу туристите и локалното население, како и збогатување на туристичкото искуство. Во основа, руралниот

туризам е активност која се одвива надвор од урбаните средини. Спротивно на конвенционалниот, руралниот туризам има одредени специфични карактеристики. Ориентиран е кон искуство, локациите се малку населени и е во претежно природна средина, се поклопува со сезонски и локални настани и е базиран на зачувување на културата, наследството и традициите.

Ако се говори за во иднина, руралниот туризам има реални изгледи да добие се поголемозначење во економска смисла. Во тој контекст, неговиот развој е тесно поврзан со социјалните и природните фактори, а за успешен менаџмент треба да се има разбирање за суштината на руралното општество.

Оваа интерна скрипта има за цел да понуди сублимирање на литературата и концептите за рурален туризам и запознавање на студентите со можноста тие концепти на најуспешен начин да се применат во областа на руралниот туризам во Република Македонија. Во разработката на интерната скрипта, користена е соодветна литература од познати автори и институции од областа на туризмот и руралниот туризам.

Интерната скрипта е структурирана на следниот начин: вовед, прва, втора и трета глава. Суштината на интерната скрипта се содржи во три главни делови:

1. Поимот рурален туризам;
2. Меѓународни искуства поврзани со руралниот туризам; и
3. Руралниот туризам во Република Македонија.

Првиот дел, кој е насловен: “Поимот рурален туризми фактори за постоење и развој на руралниот туризам” опфаќа дефинирање на поимот туризмот и критериуми за поделба на видовите туризам, како и дефинирање на поимот рурален туризам. За подетална разработка на овој поим земени се во предвид: просторниот опфат, факторите за постоење и развој на руралниот туризам, понудата и побарувачката на руралниот туризам.

Вториот дел ги опфаќа меѓународните искуства поврзани со руралниот туризам, каде преку примери од различни земји во светот е прикажана состојбата на руралниот туризам и неговата функција во полза на подобрување на социо-економската состојба на овие земји. Користени се статистички податоци кои

укажуваат на степенот на развој и видот на руралниот туризам во овие земји. Во овој дел се претставени и некои меѓународни организации кои се занимаваат со рурален туризам и имаат голема улога во дефинирањето и насоката на руралниот туризам во иднина.

Третиот дел, е посветен на руралниот туризам во Република Македонија. Овој дел го опфаќа истражувањето кое се содржат податоци за моменталната состојба на понуда на рурален туризам, потенцијалите на руралниот туризам во Република Македонија, можностите и улогата на туризмот како фактор за развој и одржливост на руралните средини.

Интерната скрипта е наменета за потребите на студентите на Факултетот за туризам и бизнис логистика за подготвување на испитот по предметот Рурален туризам. Содржината на интерната скрипта ја опфаќа потребната материја за предавањата по предметот Рурален туризам, според Наставната програма на насоките Туризам (2 семестар, 6 кредити, 2+2+1 фонд на часови) и Гастрономија, исхрана и диететика (4 семестар, 8 кредити, 3+2+2 фонд на часови). Интерната скрипта можат да ја користат сите студенти на останатите факултети каде што се изучува предметот Рурален туризам, но и останатите стручни кадри кои ја проучуваат оваа проблематика. Интерната скрипта е изготвена со цел да се унапреди наставата по предметот Рурален туризам и да се подобри квалитетот на знаењето на студентите.

ГЛАВА I ДЕФИНИРАЊЕ НА ПОИМОТ РУРАЛЕН ТУРИЗАМ. ФАКТОРИ ЗА ПОСТОЕЊЕ И РАЗВОЈ НА РУРАЛНИОТ ТУРИЗАМ

1. Дефинирање на туризмот и критериуми за поделба на видовите туризам

За да биде објаснет поимот “рурален туризам”, како еден од видовите туризам, накратко ќе се задржиме на суштината на туризмот. Многу автори сметаат дека поради својата комплексна природа, поимот туризам создава потешкотии при неговото дефинирање. Неговиот развој го условува да биде користен во врска со различни активности, да биде присутен во скоро сите земји во светот, одомаќен кај народите, во нивните јазици и може да се сретне скоро во сите речници¹. Во контекст на оваа констатација, “Туризмот претставува патување заради одмор, забава, лекување и разгледување на знаменитости”².

Според Theobalt, етимолошки³ зборот “tour” **потекнува** од латинскиот “tornare” или грчкиот “tornos” и означува круг, движење околу одредена точка или оска. Суфиксот –“ism” претставува акција или процес и кога на зборот “tour” ќе му се додаде суфиксот “ism”, се добива зборот “tourism” кој значува акција или движење во круг⁴. Редица други автори потеклото на зборот “туризам” го пронаоѓаат во францускиот збор “tour”.

Постојат различни тврдења од повеќе автори во однос на тоа каде и кога зборот туризам **за прв пат** се среќава во печатена форма, но не се наведуваат извори од пред XIX век (Оксфордскиот речник во 1800 г.)⁵. Иако туризмот е релативно нов поим, неговите корени се многу по длабоки. Туризмот е во нераскинлива врска со патувањето, кое за луѓето претставува основа на нивното постоење. Совладувањето на просторот е старо колку и човековата историјата,

¹ Мариноски, Н., “Основи на туристичка теорија и практика”, ФТУ, Охрид, 2008, стр.39

² Мукиновиќ, Љ., “Современ лексикон на странски зборови и изрази”, Наша книга, Скопје, 1990 г. стр.602

³ Етимологија е наука за потеклото на зборовите. Меѓу различните светски јазици постојат зборови што се изведени од други јазици, обично во прилагодена форма - изворните зборови во овие случаи се наречени етимони. Низ прегледување на стари текстови и споредби на различните јазици, етимолозите се обидуваат да го реконструираат минатото на зборовите - кога тие влегле во одреден јазик, кој е нивниот извор и како нивната форма и значење се измениле.

⁴ Theobalt, F.W., ed. “Global tourism”, Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2005, (pdf), p.9

⁵ Tribe, J., ed., “Philosophical issues in tourism”, Channel View Publications, 2009, (pdf), p.44

бидејќи исконска и фундаментална потреба на луѓето е да го прошируваат просторот во кој живеат⁶. Патувањата биле најпрво од егзистенционална природа, а потоа поради други причини како: воени походи, трговија, спортски настани - Олимпијадите, забавни приредби – амфитеатрите, здравствени – користење на бањите од страна на римјаните, религиозни цели, научни откритија, едукативни и културни – Гранд Тур⁷ и др., па се до првото организирано туристичко патување од страна на Томас Кук⁸ во 1841 г. Појавата на туризмот е поврзана со основните потреби на луѓето кои патувале, а тоа се преноќувањето и исхраната⁹. Во тој контекст Панов, појавата и развојот на туризмот ги дели во три фази, а неговите почетоци ги посочува уште пред 20 000 години¹⁰.

Во научната литература, се среќаваат повеќе автори од различни држави кои даваат своја дефиниција за туризмот во зависност од полето во кое делуваат и науката на која припаѓаат. **Економистите** се занимаваат со приходите остварени од туризмот, економскиот раст, понудата и побарувачката, вработеноста и други економски показатели. Некои од првите книги кои го обработуваат економскиот аспект на туризмот се напишани во 30-тите години на минатиот век, “The tourist movement – an economic study” од Ogilvie и “The tourist industry, a national and international survey” од Norval¹¹. **Социолозите** пак, го изучуваат однесувањето на индивидуата или групите при патувањето, обичаите,

⁶ Мариноски, Н., “Туристички агенции”, ФТУ, Охрид, 2005, стр.14

⁷ Гранд Турот, се дефинира како тура низ одредени градови и места во Западна Европа, која се прави поради едукација и задоволство. Овие тури биле правени од страна на богатата социјална елита и била производ на тогашното општество. Ваквото движење, кое било многу важно за аристократите (најчесто патувале млади од Англија на возраст од 20 до 40 г.) се одвивало меѓу првата половина на XIV и втората половина на XVIII век, а пополека престанало да се практикува со зголемувањето на бројот на туристи од средната класа, развојот на сообраќајот и др. Овие патувања во просек траеле по три години, период во кој туристот го обиколувал Европскиот континент. Точниот број на туристи кои учествувале во овие движења не се знае, но според изворите со кои располага Townner, во XVIII век, 15-20.000 туристи биле вклучени во ваков вид на патување на годишно ниво (кога ќе се спореди со вкупното население во Англија во тој период – околу 6.5 милиони, бројот на туристите бил 0.2-0.3%). Во просек, благородниците кои учествувале во Гранд Турот трошеле околу 10% од своето богатство за потребите на патувањето. Главната цел на овие туристи била посета на европските центри на образование, култура и уметност како: Париз, Рим, Верона, Торино, Венеција, Амстердам, Келн, Брисел, Берн, Виена и др. Гранд Турот би можеле да го споредиме со денешните апсолвентски екскурзии.

⁸ Rae, W.F., „The business of travel: A fifty years record of progress“, Thomas Cook and Son, London, 1891

⁹ Стамов, С., Алексиева, Й., “Хотелиерство”, Кота, Пловдив, 2006 г. стр.5

¹⁰ Панов, Н., “Основи на туризмот”, ПМФ, Скопје, 2004, стр.18

¹¹ Kumar, J.L., “The encyclopedia of tourism in 21st century”, Anmol Publications PVT.Ltd., New Delhi, 2005, p.17

традициите, навиките и начинот на живот на домаќините и гостите. Првите трудови поврзани со туризмот кои биле напишани од страна на социолози, Cohen ги пронаоѓа кон крајот на XIX век и почетокот на XX век¹². **Географите** од своја страна го истражуваат просторниот опфат на туризмот, локациите за патување, ресурсите, географските услови за постоење на туризмот итн. Слични примери можат да се посочат и за останатите науки. Според Вукониќ, во бивша Југославија, авторите кои се занимавале со туризмот во 50-тите и 60-тите години на минатиот век имале два пристапи: економски и социолошки¹³.

Vanhove како и Theobalt, дефинициите за суштината на туризмот ги дели на **два вида**: концептуални и технички¹⁴. Според Burkart и Medlik, концептуалните дефиниции го опфаќаат предметот во целост, ја откриваат внатрешната содржина на туризмот, ги изразуваат својствата и односите на туризмот и помагаат да се оддели туризмот од блиските до него појави¹⁵. Друг пример за вакви дефиниции се оние на Jafari, „Туризмот е наука за луѓето кои патуваат надвор од своето постојано место на живеење, индустријата која ги задоволува нивните потреби и влијанието кое луѓето и индустријата го имаат врз социо-културната, економската и физичката околина на домаќинот“ и на Mathieson и Wall, според кои „Туризмот е привремено движење на луѓето надвор од своето постојано место на живеење и место на работа и ги опфаќа дејствата кои ги вршат за време на нивниот престој, како и објектите кои се изградени за задоволување на нивните потреби“¹⁶. Техничките дефиниции пак, се користат за добивање на податоци кои служат за статистички и легислативни цели.

Во меѓународни рамки, во минатото се одржани повеќе меѓународни форуми и конференции почнувајќи од 1936 г., 1945 г., 1963 г. во Рим, 1967 г. во Женева, 1980 г. во Манила, потоа Мадрид итн., на кои се дискутирала и надградувала дефиницијата за туризмот (домашен, инбонд, аутбонд, внатрешен,

¹²Cohen, E., „The sociology of tourism: approaches, issues and findings“, Annual review of sociology, Vol.10, (pdf), p.373

¹³Dann, G., Parrinello, G., eds., „The Sociology of Tourism European Origins and Developments“, Emerald Group Publishing Limited, UK, 2009 (pdf), p.195

¹⁴Vanhove, N., „The economics of tourism destinations“, Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2005

¹⁵Burkart, A. J., Medlik, S., „Tourism: past, present and future“, Heinemann, London, 1981, превземено од Theobalt, F.W., ed. „Global tourism“, Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2005

¹⁶Jafari, J., „Annals of Tourism Research“ V (Special Number, October/December) 8, 1977 и Mathieson, A., Wall, G., „Tourism: economic, physical and social impacts“, Longman Group Limited, London, 1982 превземено од Theobalt, F.W., ed. „Global tourism“, Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2005

национален и меѓународен туризам), турист и екскурзијант (посетител кој престојува помалку од 24 часа). Според Светската туристичка организација (World Tourism Organization), „Туризмот претставува збир на активности на лицата во текот на нивното патување и престој во место надвор од нивното вообичаено опкружување, но не повеќе од една календарска година, за одмор, односно деловни или други причини што не се поврзани со стекнување на плата во местата што ги посетуваат”¹⁷.

Sharpley, ги посочува трите основни елементи на туризмот: туристите, туристичката дестинација и туристичката индустрија¹⁸. Goeldner и Ritchie, идентификуваат четири различни перспективи кои ги опфаќа туризмот: туристот, бизнисот кој овозможува туристички производи и услуги, државата каде се наоѓа заедницата која прифаќа туристи и самата заедница која е домаќин на туристите.

Заедничкото за сите познати дефиниции за туризмот е тоа што задолжително се посочува дека **тој е поврзан со** “патување на луѓето надвор од нивното постојано место на живеење”.

Во научната литература се среќаваат разни автори кои користат **различни критериуми** при поделбата на видовите на туризам. Туризмот постојано се развива и го зголемува својот опфат, атоа допринесува да се зголеми бројот и видовите на туризам. Основните критериуми според Бачваров и Тончев се¹⁹:

- Целта на патувањето и карактерот на рекреативно-туристичките дејности;
- Според потеклото на туристите;
- Според демографските карактеристики на туристите;
- Економскиот и социјалниот ефект од туризмот;
- Според видот на транспортното средство;
- Географската средина: морски, планински, **селски**, градски, речен туризам и др.;

¹⁷WTO, „Koncepts, definitions and classifications for tourism statistics – A technical Manual”, Item 3, Madrid, 1995, p.21 превземено од Ацковска, М., „Туризмот и економскиот развој на Република Македонија”, Економски Институт, Скопје, 2009

¹⁸Sharpley, R., „Travel and tourism”, SAGE Publications, 2006

¹⁹Бъчваров, М., Тончев, Ц., “Основи на туризъм”, Тилия, София, 1996, стр.53-56

- Времетраењето на престојот; и
- Влијанието врз животната средина: “тврд туризам” – агресивно однесување кон средината (природната и социјалната средина треба да се сообразат со него) и “мек туризам” кој е потчинет на средината во која се престојува.

Мариноски, пак, критериумите за поделба на видовите туризам ги прави според²⁰:

- Основните туристички потреби;
- Атрактивните мотивациони туристички вредности: приморски, поморски, нудизам, планински, бањски, езерски, речен, ловен, риболовен, градски, **селски**, манифестационен, верски и спелеолошки туризам;
- Државната припадност на туристите;
- Туристичката сезона;
- Возраста на туристите;
- Социјалниот состав на туристите;
- Должината на престојот на туристите; и
- Превозните средства што ги користат туристите.

Овие критериуми подлежат на **постојано дополнување** со оглед на постојаниот развој и комплексноста на туризмот (четиринаесет години откако Јуриј Гагарин стана првиот човек што престојуваше во вселената, американскиот бизнисмен Денис Тито, на шеесетгодишна возраст во 2001 год. направил нова пресвртица во проучувањето на вселената, станувајќи прв вселенски турист во светот. Тој платил 20 милиони долари за да може како дел од програмата на руската вселенска станица да помине шест дена во Меѓународната вселенска станица, или новиот вид на туризам како каучсурфинг туризмот²¹).

²⁰Мариноски, Н., “Основи на туристичка теорија и практика”, ФТУ, Охрид, 2008, стр.242-260

²¹www.couchsurfing.org е социјална мрежа на интернет која има за цел да ги доближи членовите кои нудат сместување во својот дом и оние кои во моментот имаат потреба од такво (туристи, патници), каде двете групи се официјални членови на оваа мрежа. Начинот на работа на оваа мрежа е таков, што при зачленувањето на една индивидуа, таа може, ако е во состојба да обезбеди сместување на други и тоа го поставува на својот статус. Или може да испрати барање до другите членови на мрежата кои сакаат да и овозможат престој доколку индивидуата патува во местотот на живеење на домаќинот.

Денес туризмот претставува показател за нивото на развој на нашата цивилизација, за некои луѓе е начин за подигање на културното ниво и обновување на здравјето или забава, за други можност за заработка, но треба да се одбележи дека туризмот е една од извонредните приказни за успех на денешното време. Индустијата, која ја започнала својата масовност во 50-тите години на минатиот век, се зголемувала брзо и сигурно во изминатите 60 години во однос на приходите што ги генерира и бројот на луѓето кои патуваат во странство. Според податоците на Светската Туристичка Организација (WTO), повеќе од една милијардалуѓе патувале на меѓународно ниво во 2012 г. во споредба со 25 милиони во 1950 г.²²

1.1. Почетоци и развој на руралниот туризам

Towner, почетоците на руралниот туризам во Европа ги поврзува со користењето на руралната средина како место за рекреација од страна на европската “елита” во XVII и XVIII век²³. Познатиот англиски поет William Wordsworth ја популаризирал рекреацијата во руралните средини со издавањето на водич за Lake District²⁴ во 1810 г. Во алпскиот простор почетоците на руралниот туризам се поврзуваат со XIX век и алпското планинарење, качување и рекреација²⁵. Во 1863 г., Томас Кук раководи со првото организирано патување до руралните средини на Швајцарија, кое го поставува почетокот на брзиот пораст на туристичката гранка во таа област, базиран на востановување на здравјето и планинските спортови²⁶. Ружиќ, развојот на руралниот туризам во Германија го поврзува со 1873 г., кога е воведен платениот одмор за државните службеници, а потоа во 1914 г., кога за сите чиновници туризмот станал составен дел од нивниот живот, а се одвивал во евтино сместување во мали хотели или соби во села во близина на градовите и на фарми²⁷. Винските патишта започнуваат да се развиваат и да ја збогатуваат понудата на руралниот туризам

²²www.unwto.org (10.01.2013)

²³Towner, J., “An historical geography of recreation and tourism in the western world 1540–1940”, John Wiley & Sons, Chichester, 1996 превземено од Roberts, D., Hall, D., “Rural tourism and recreation: principles to practice”, CABI Publishing, UK, 2001, p.3 (pdf),

²⁴Curry, N., “Countryside recreation, access and land use planning”, E & FN Spon, London, 2005, p.2 (pdf)

²⁵Тодоровић, М., Штетић, С., “Рурални туризам”, Географски факултет, Београд, 2009, стр.55

²⁶Алексијева, Ѕ., Стамов, С., “Специјализирани видови туризъм – Селски туризъм”, Кота, Стара Загора, 2005, стр.3

²⁷Ružič, P., “Ruralni turizam“, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula, 2005, str.13

во Германија од 1920 година²⁸. Во Норвешка почетоките на руралниот туризам датираат од 1870 г., кога европската “елита” ги открива норвешките фјордови и долини²⁹. Sharpley, почетоките на руралниот туризам во САД ги поврзува со отворањето на националниот парк Yellowstone во 1872 година³⁰. Gartner, ги посочува сликите на Хенри Форд со Американските претседатели, на пикник во рурална Америка (се наоѓаат во музејот на Хенри Форд, Дурбан, Мичиген) како доказ за постоење на руралниот туризам во раните 1900-ти³¹. Пред Втората светска војна, 35-45% од сите одмори во Унгарија се одвивале во рурална средина³². Verbole, посочува дека руралниот туризам во Словенија започнал да се развива уште во XIX век, а веќе во 1930 г. во некои региони како Горењска бил добро организиран³³. До индустриската револуција, руралните територии се третирали повеќе како “место за работа” отколку “место за одмор”. Тоа е главната причина руралниот туризам да не биде побаруван помеѓу останатите видови

²⁸Hall, M., Sharples, L., Cambourne, B., Macionis, N., Mitchell, R., Johnson, G., ed., “Wine tourism around the world: development, management and markets”, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2000, p.2 (pdf)

²⁹Haugen, M., Vik, J., “Farmers as entrepreneurs: the case of farm-base tourism” International Journal of Entrepreneurship and small business, V.6, N. 3, p.321-336, 2006, (pdf)

³⁰Pender, L., Sharpley, R., ed., “The management of tourism”, SAGE publications, 2005, p.201 (pdf). Националниот парк Јелостоун е заштитен од Конгресот на САД на 1. март 1872., и е лоциран во државите Вајоминг, Монтана и Ајдахо. Паркот бил прв од својот вид во светот и е познат по животинскиот свет и по геотермалните извори. Индијанците го населувале овој регион уште пред 11.000 години. Организирано истражување на областа немало сè до 1860-тите. Паркот опфаќа површина од 8.983 км², (приближно колку 1/3 од површината на Република Македонија) со езера, кањони, реки и планински венци. Езерото Јелостоун е едно од најголемите планински езера во САД, и се наоѓа во кратерот на вулкан кој сè уште се смета за активен. Половина од светските геотермални појави се во Јелостоун, предизвикани од постојаниот вулканизам. Истечена лава и карпи исфрлени од ерупции ја прекриваат површината на паркот. Паркот го претставува најголемиот преостанат речиси недопрен екосистем на северната Земјина хемисфера. Стотици видови на цицачи, птици, риби и влекачи се документирани, вклучувајќи и некои кои се загрозувани или во опасност од исчезнување. Огромните шуми и ливади се населени и со ендемични видови на растенија. Во паркот живеат и гризли мечки, сиви волци и слободни стада на бизони и елени. Јелостоун нуди и рекреативни можности за туристите: пешачење, кампување, возење со чамци, рибарење и прошетки. Асфалтирани патишта водат до сите позначајни атракции. Зимно време, на туристите на располагање им се и тури со снежни санки.

³¹Gartner, W., “Rural tourism development in the United States: a short history, a problematic future”, 9th Joint Conference on food, agriculture and the environment, Conegliano, 2004 (pdf). Хенри Форд (1863–1947) е основач на компанијата Форд Мотор и претставува татко на модерната лента за склопување која се користи за масовно производство. Неговиот Модел Т ги револуционирал транспортот и американската индустрија. Како единствениот сопственик на компанијата, тој станал еден од најбогатите и најпознатите луѓе на светот. Форд го измислил фордизмот, т.е. масовното производство на голем број на евтини автомобили со користење на лента за склопување и со високи плати за неговите работници.

³²Kulcsar, N., “Rural tourism in Hungary: the key of competitiveness”, Proceedings of FIKUSZ '09 Symposium for Young Researchers, Budapest, p.121-127, 2009, (pdf)

³³Verbole, A., “Actors, discourses and interfaces of rural tourism development at the local community level in Slovenia: social and political dimensions of the rural tourism development process”, Journal of Sustainable Tourism, V.8, N.6, p.479-490, 2000 (pdf)

туризам во тоа време. Според Талеска, развојот на туризмот во руралните простори, посебно рекреацијата зема најголем замав по Втората светска војна, меѓутоа во овој облик во кој го третираме денес како фактор за обнова и развој на руралните средини се појавува дури во средината на 60-тите години на минатиот век³⁴.

Периодот по Втората светска војна (50-тите години на минатиот век) е карактеристичен со масовни урбани процеси во западноевропските градови, како последица на послевоената индустријализација. Резултатот е масовна миграција на работна сила од селата во градовите. Така на пример во земјата за која се смета дека има добро развиен рурален туризам во Европа – Франција, во периодот од 60-те години околу шест милиони селско население се преселило да живее во градовите, што резултирало со намалување на работно способното селско население за околу 30%³⁵. Претоварањето на туризмот во масовна појава во 60-тите години на XX век и можноста предвидениот годишен одмор да биде користен на делови, оди во прилог на вработените во индустријализираните градови како алтернатива, да користат дел од одморот во руралните средини.

Понудата на руралниот туристичкиот производ (основните туристички услуги сместување и исхрана умешно комбинирани со дополнителните услуги³⁶), на почетокот била стихийна и неорганизирана, но постепено се зголемувала. Во таа рана етапа од развивањето на руралниот туризам престојот бил првенствено во куќите на роднини и пријатели. Понудените активности за време на одморот биле ограничени на помагање на домаќините во секојдневните селско-стопански работи и прошетки на чист воздух. За време на 60-тите години на минатиот век, руралниот туризам во Западна Европа бил синоним на “евтин туризам”. Тој бил примамлива алтернатива од финансиски аспект, за туристи со релативно низок доход кои немале финансиска можност да ги покријат трошоците за одмор во топлиите средоземноморски туристички дестинации³⁷. Развивањето на руралниот туризам во 70-тите години се карактеризира со промени во туристичката

³⁴Талеска, М., “Рурален туризам”, Библиотека Студиорум, Скопје, 2009, стр.29

³⁵Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007, стр.11

³⁶Попйорданов, Л., Генова, Л., Стоянов, Я., “Алтернативниот туризъм в България – перспективен семеен бизнес”, БААТ, София, 2003 стр.26

³⁷Попова, Н., “Същност и особености на организацията на селския туризъм”, Годишник на СУ, Геолого-географски факултет, Книга II, том 88, София, стр.351-367, 1997

побарувачка, како резултат на новите очекувања на туристите за “посовршена” организација на одморот. Зголемувањето на слободното време и повисоките приходи на вработените од Западна Европа (можноста да се одделат повеќе средства за туризам) води до утврдување на индивидуализмот како основен фактор, во формирањето на туристичката побарувачка. Оваа тенденција и противречи на филозофијата на масовниот туризам. Сепак, разликата помеѓу интересите на понудата и побарувачката за туристичкиот производ не е толку голема како што изгледа на прв поглед. Од една страна се зголемува желбата на туристот сам да управува со своето патување, да составува сопствена маршрута, изнајмува коли под наем, изработува индивидуален распоред, но од друга страна тој сеуште е дел од масовниот туризам бидејќи ги посетува главно масовно посетените туристички дестинации, ги користи услугите на различни туристички посредници и изградената туристичка инфраструктура. Независно од тоа, зголемувањето на индивидуализмот го засилува психолошко-емоционалното доживување на туристот и води до фактичкото оформување на две категории туристи. Да се разберат главните карактеристики на овие две категории туристи е појдовна точка при планирањето и разработувањето на руралниот туристички производ.

Според Lane, во денешно време руралните заедници си овозможуваат заработувачка од “замислениот” рурален свет со промовирање на туризмот. Важно е да се препознае дека ваквото однесување не мора да претставува експлоатација на романтични илузии на урбаните туристи од страна на алчните рурални домаќини. Но, за многу рурални заедници, развојот на туризмот е една од ретките можности да се подобри локалната економија³⁸.

Користењето на руралниот простор во нашата земја за одмор и рекреација постои од дамнешни времиња. Почетоците и развојот на руралниот туризам можеме да ги поврземе со: изградбата на патот Via Egnatia³⁹(сместувачките и

³⁸Gartner, W., Lime, D., ed., “Trends in outdoor recreation, leisure and tourism”, CABI Publishing, 2000, p.300 (pdf)

³⁹ Виа Егнација е римска магистрала направена околу 146 п.н.е. Името го носи по Гнеј Егнациј, проконзул на Македонија кој ја изградил. Се простирала преку Илирија, Македонија и Тракија, преку денешна Албанија, Македонија, Грција и Турција. Направена е со цел да се поврзат јадранските колонии со Византиум. Таа била и еден од 28-те римски патишта кои се простирале низ Римската Империја

други објекти покрај него) и користењето на бањите од страна на римјаните; подоцна гостопримството и престојот во манастирите; поседот од 2700 хектари лозје и изградбата на вила од страна на Александар Караѓорѓевиќ⁴⁰ во Демир Капија и др. Горенаведеното ни укажува на фактот дека нашата земја има богата историја во користење на руралниот простор за активности поврзани со туризмот.

1.2. Суштина на руралниот туризам

Долго време никој не ја разгледувал руралната средина како носител на туристички потенцијал. Недостатокот на значителен број посакувани туристи кои би престојувале во рурална средина, ги ограничило руралните средини како селскостопански пространства надвор од доменот на туризмот. Натрупаниот стрес и пренатоварената градска средина им даваат можност на луѓето да направат споредба помеѓу сивото секојдневие и престојот во автентична рурална средина, потребата за свежа и еколошки чиста храна, пријатни контакти со локалното население, доближување до природни убавини, селската градина, двор, а со желба и до селскиот труд. Овој алтернативен (во секој однос: понуда, побарувачка, местоположба⁴¹) вид туризам е предизвикан пред се од:

- Заситеност од туристичка понуда со стандардни традиционални туристички производи (море, езеро, планина, посета на градови) кои не внесуваат разнообразие во одморот на туристот;
- Еколошко и морално уништување на туристичките ресурси; и
- Претераната динамизација и компјутеризација на градската средина.

⁴⁰Во 1928 год. кралот Александар Караѓорѓевиќ во Демир Капија изградил винарија за потребите на своето кралство. Најмил двајца француски експерти, кои биле во потрага по најдобриот вински регион и меѓу многуте територии го одбрале токму овој регион. Покрај винарската визба на овој посед кралот изградил и една вила за кралицата Марија, која повремено ја користеле и за живеење. Вилата била изградена во Баварско-римски стил. Целиот имот бил сопственост на династијата Караѓорѓевиќ до 1947 год. Од 2002 год. е сопственост и управувана од семејството Еленов во рамките на компанијата Агропин. Денес Еленов винаријата произведува квалитетни вина кои ги исполнуваат барањата на купувачите низ цела Европа.

⁴¹Добрева, С., ед., "Село и туризъм", Институт по социологија при БАН, Аля, София, 2007 стр.85

Руралниот туризам се одвива во средина која е релативно незагадена, спокојна и населена од страна на традиционални заедници, задоволувајќи повеќе потреби⁴²:

- Потребата да се „избега“ со цел намалување на тензиона состојба, придружено со активно или пасивно учество во различни туристички активности;
- Потребата од одржување и обновување на здравјето;
- Потребата од припаѓање и љубов;
- Потребата од знаење, учење и едукација;
- Потребата поврзана со желбата да се посетат роднини и пријатели;
- Потребата од убаво и ново, итн.

Руралниот туризам е карактеристичен за луѓето од високоурбанизираните држави и се развива како резултат на желбата за враќање назад кон природата, поради фактот што им дава можност на луѓето без да потрошат големи финансиски средства да се доближат до природата, или пак да откријат непознати занаети, специфична кујна и нова култура⁴³. Во едно истражувањето спроведено во Португалија и поврзано со руралниот туризам, испитаниците им даваат предност на “мирот и тишината”, “пејзажот и природата”, “здравје и свеж воздух”. Исто така, често посакувани од страна на испитаниците се: “изолација”, “автентичност”, “традиции” и “гостопримство”, како и “прошетките” како најчесто споменувани конкретни активности. Од друга страна, на испитаниците најмногу не им се допаднале вревата и условите во сообраќајот (лоша состојба на улици, непромислени возачи и недостаток на патна сигнализација), недостаток на инфраструктура (услуги, јавен превоз и велосипедски патеки), лоша пристапност, инсекти, недостаток на активности (забава), метеж, лоша средина (вклучувајќи загадување, сиромашно урбанистичко планирање и пожар). Генерално, позитивните коментари се побројни од негативните⁴⁴.

⁴²Gogonea, R., Hapenciuc, C., Dragan, I., “The link between local and global management in the rural tourism”, The Annals of the “Ștefan cel Mare” University Suceava. Fascicle of The Faculty of Economics and Public Administration Volume 9, No.1(9), 2009, (pdf)

⁴³Jaworski, A., Pritchard, A., eds., “Discourse, communication and tourism”, Channel View Publications, (pdf), p.129

⁴⁴Richards, G., Hall, D., “Tourism and sustainable community development”, Routledge, 2000, p.271 (pdf)

1.3. Терминот рурален туризам

Погрешно е да се смета дека туризмот е гарантиран и универзален начин за решавање на економските проблеми. Кијни и Квин сметаат дека малку рурални средини се согласни нивниот развој да се базира само на механизмот на туризмот. По ефективно според нив би било ако руралниот туризам биде составен дел од стратешкиот план за развој на руралната средина⁴⁵.

Независно од широката употреба на руралниот туризам, во Европа се уште нема **единствен став** за неговата суштина. Причините се од објективна природа. Терминот означува една современа и динамична по својата суштина појава. Тешкотијата да се дефинира руралниот туризам, најмногу произлегува од различната содржина со која на идеен план се влегува во тој термин од страна на различните европски држави. Така на пример во Грција, Шпанија и Португалија руралната средина се идентификува со обработливото земјиште. Во Англија и Ирска руралната средина ги вклучува сите територии со исклучок на градовите. Во Холандија, Франција, Белгија и Германија се поставува гранична линија помеѓу руралните територии од една страна и крајбрежните и планински територии од друга. Во Република Бугарија под селско-стопанска средина се подразбираат неколку вида функционални средини⁴⁶:

- обработливо земјиште;
- необработлива селско-стопанска земја (пасишта, водни површини, шуми и заштитени шумски појаси, објекти за одмор, споменици на културата и др.);
- територии во близина на селско-стопанска средина (зелени зони, водни површини и реки, споменици на културата, стопански дворови, фарми и др.); и
- територии во селско-стопанска средина (живеалишта, општествени и други терени и зелени површини, во селата и малите градови, производствени и терени за складирање и др.).

⁴⁵Маджарова, С., "Аграрен туризъм", Университетско издание Стопанство, София, 2005, стр. 61-62

⁴⁶Статев, В., "Селски туризъм", Фабер, Велико Търново, 2007 стр.21

Разликите во дефинициите на различните европски држави за руралната средина ја поставува потребата од јасно дефинирање на содржината на понудениот конкретен рурален туристички производ, бидејќи очекувањата на туристот можат сериозно да се разликуваат со неговата претстава за одмор во рурална средина. Како резултат на тоа во процесот на споредување на сопствената претстава и реалната понуда, туристот ќе доживее соодветно задоволство или незадоволство во зависност од степенот на очекувањето. Во сферата на услугите тоа е основен критериум по кое што се врши субјективното мерење на квалитетот на бараната услуга и се решава за или против повторно користење на услугата. Од претходно наведеното може да се констатира дека конкретно дефинирање на терминот рурален туризам не може да се направи, поради постоењето на разлики во територијалната распределба на општествените функции во различните делови на Европа. Со текот на времето, дејствувањето на тој фактор губи од својата сила, како резултат на развојот на масовниот туризам, за чии потреби се освојуваат нови и нови територии. Тоа е причината што во втората половина на 70-тите години на минатиот век се почувствувал остар недостиг на обработливо земјиште. Често се стигало до смена на функциите на дадената територија која преминувала од еден кон друг тип на земја за користење. Тоа води до висок степен на територијална концентрација и масовност на туристичката дејност, вклучувајќи разнообразни форми и видови на туризам. Се формираат туристички системи од различен ранг (национален, регионален, општински) и различен функционален тип (здравствен, бањски, спортски, културен и др.). Не треба да се заборави дека масовно означува унифицирано. Локалните економии до толку се потчинуваат и стануваат зависни од развојот на гранката туризам, што често дадената административно-територијална единица која функционираше како територијален систем ги придобива карактеристиките на туристички систем. Брзото темпо на зголемувањето на туристичката побарувачка и динамичната промена во желбите на туристите водат до промена на посетуваните туристички места и видовите и форми на практикуван туризам. Често туристичкиот производ опфаќа услуги произведени вон границите на дадениот туристички систем т.е. во други функционални средини како:

- шумска средина (природна средина без населени места);

- селско стопанска средина (интересот е насочен кон водни површини, реки, паркови и зелени зони, шуми, пасишта и др.); и
- заштитена природна средина (резервати, заштитени природни објекти, национални паркови).

Руралниот туризам може да се развива не само во селска средина, но и во шумски подрачја, во слабо населени места, во морски, езерски и планински територии кои се слабо населени. Руралниот туризам (заедно со неговите форми) може да се претстави како туризам надвор од урбанизираните средини и традиционалните големи туристички центри. Во суштина овој вид на туризам означува бегство од секојдневието, од стресот на големиот град, барање на поголема блискост со природата, престој во една по едноставна социјална средина, максимално спротивставена на вообичаената за големиот град. Руралниот туризам означува вистинско растоварување од динамичниот и напрегнат ритам на живот во градовите, барање на спокојство и одмор сред чиста и природна средина и поосамени места, стремеж кон запознавање на селскиот живот и труд. За разлика од традиционалниот масовен туризам, руралниот туризам е дејност со:

- рекреативна цел;
- здравствена цел;
- се извршува во рурална средина;
- слаба урбанизираност на населеното место; и
- постоење на организираност.

Или руралниот туризам постои кога во кука на село се дочекуваат туристи кои што ги користат услугите на селското домаќинство. Имено, селското домаќинство, а не туристичко претпријатие со специјализиран персонал, нудат сместување, домашна кујна, домашни јадења и различни дополнителни услуги.

Како примери за различни видови **рурални туристички дестинации** можат да послужат следните⁴⁷:

⁴⁷“Towards Quality Rural Tourism: Integrated Quality Management (IQM) of Rural Tourist Destinations”, European Commission, Brussels, 1999, (pdf)

- Традиционални – популарни дестинации во близина на големи урбани средини кои имаат голем број на посетители во текот на денот. Овде приоритетите можат да бидат подобрување на животната средина, надградба на инфраструктурата, менаџирање на големиот број на посети, уредување на транспортните прашања и претворање на дневни патувања во ноќевања;
- Традиционалните области за одмор со значителен број на посетители, сместување и инфраструктура, насочени се кон зголемување на понудата и намалување на негативното влијание врз животната средина. Работат со претпријатијата за подобрување на условите, планирањето и контролата, опфаќајќи повеќе одржливи форми на туризам;
- Заштитени области кои сакаат да управуваат со туризмот, животната средина и локалната економија на интегриран начин. Клучните прашања се поврзани со проблемите на животната средина, меѓусекторската интеграција и менаџирање на посетителите;
- Рурални области каде што значителен дел од понудата се карактеризира со мали историски градови и села кои имаат богатокултурно, историско и архитектурно наследство. Главните можности почиваат на поврзувањето на локациите и заедниците, начинот на разбирање, зачувување на објектите и создавање на квалитетно брендирано сместување и други услуги;
- Оддалечени области со привлечен див свет и пустини, со специфична достапност, транспорт, локални услуги, заштита на животната средина и можности за развој на еко-туризам;
- Богати земјоделски области каде земјоделството во најголемиот дел ги привлекува посетителите. Приоритетот е обезбедување на квалитетно сместување на фарма и развој на туристичката понуда поврзана со локални производи и гастрономија;
- Областиво близина на море, кои сакаат да се развие руралниот туризам во копнените локации недалеку од брегот. Приоритет се дава на одредени рурални понуди, вклучувајќи копнени патувања и атракции кои го опфаќаат културното наследство; и

- Планински или шумски области во кои основно преовладува рурален туризам, но бараат проширување и зајакнување на нивната понуда. Нивниот главен приоритет е воспоставување на координација и поквалитетно сместување, дополнителни активности, гастрономија и атракции на база на културното наследство.

Прашања за дискусија:

Од каде потекнува зборот туризам и кога за прв пат во писмена форма го среќаваме овој збор? Што претставува Гранд Тур? Кои се концептуални, а кои технички дефиниции за туризмот? Кога се појавува руралниот туризам? Од кога постои користење на руралниот простор за туризам и рекреација во нашата земја? Посочете примери за различни видови рурални туристички дестинации?

Вежби:

Стандарди за изработка на индивидуална работа/проектна задача и избор на тема.

Домашна задача:

Коментар на интернет страната: www.couchsurfing.org

2. Дефиниции за рурален туризам

Терминот “рурален”, потекнува од латинскиот збор “ruralis” кој се однесува на селото и поврзан е со начинот на живеење во селата. Според Momsen, руралниот туризам е оној туризам кој ја користи вонградската територија како ресурс⁴⁸. Постојат различни дефиниции за руралниот туризам во научната

⁴⁸Jafari, J., ed., “Encyclopedia of tourism” , Routledge, 2000, p.514 (pdf)

литература. Меѓу нив се и следните неколкукои се користатво различни европски држави⁴⁹:

- Земјоделски (агро) и фармерски туризам – сите форми на туристички активности во руралната област. Тие се поврзани со туристички производ базиран на земјоделско производство и сместување во типични фармерски објекти;
- Туризам во природа и шумски туризам – туризам базиран на организирање на туристичката инфраструктура во шумските области со можност за употреба на специјални туристички продукти;
- Зелен туризам – Иако во некои држави е се повеќе поврзан со руралните области (оддалечен од големите градови), “зелениот туризам“ е тип на туризам пријателски расположен во однос со природата, сосема спротивен од масовниот туризам; и
- Екотуризам – како еколошка форма на туризам, која ги вклучува единствените природни вредности како и активната промоција на заштита на природата, која е извор на приходи за локалната заедница.

Горенаведеното објаснува зошто дефинициите за поимот рурален туризам се во поширока смисла. Така на пример Lane⁵⁰, го дефинира терминот рурален туризам од географска гледна точка, како вид на туризам кој што функционира во рурална област. Специфичните карактеристики на руралниот туризам кој го **разграничуваат** од другите видови туризам се:

- неговиот развој е во рурални средини;
- се темели на мали и средни претпријатија, традиционални дејности, аспекти на околната средина и наследство (културно и историско);
- помали објекти и градови;
- се заснова на традиционалните карактеристики на руралната средина и се развива бавно под контрола на локалното население; и

⁴⁹Jaszczak, A., Žukovskis, J., “Tourism business in development of European rural areas”, Management theory and studies for rural business and infrastructure development, Nr. 20 (1). Research papers, 2010, (pdf)

⁵⁰Lane, B., “What is rural tourism?”, Journal of sustainable tourism, V. 2, I. 1&2, p.7-21, 1994

- има различни форми бидејќи ја опфаќа комплексноста на руралната средина.

Дефиницијата на Lane, сама по себе не дава доволна претстава за специфичноста на руралниот туризам поради фактот, што руралниот туристички производ во основниот дел е услуга, а таа се карактеризира со нематеријалност, која за да биде појасна, треба да биде опишана на некаков начин пред да биде купена. Во врска со тоа, кога постои желба за развивање на рурален туризам во определена рурална средина која е непозната за целната група, треба да се имаат предвид **шесте фази** на туристичкиот развој на дестинацијата, кои од гледна точка на руралниот туризам, според Мојсек можат да бидат преформулирани како⁵¹:

1. Предтуристичка фаза – руралната средина не е посетувана воопшто или е посетувана само од транзитни туристи;
2. “Станица” за привлекување на туристи – се добива општа претстава за руралната средина каде што локалното население се уште не игра активна улога;
3. Градење на повеќе такви станици и осигурување на транспорт помеѓу нив;
4. Организација и специјализација – туристичкиот производ нуден од дадената рурална средина ги одразува специфичните барања на целните туристички групи;
5. Фаза на заситување; и
6. Фаза на реструктурирање.

Руралниот туризам може да се класифицира во пет сектори⁵²: фармерски туризам, културен рурален туризам, еколошки туризам, езерски туризам и селски туризам. Меѓутоа, овие сектори и нивните ресурси се преклопуваат.

Драуг автор Foiera⁵³, го третира руралниот туризам како севкупност од сите познати видови и форми на туризам, практикувани во рурална средина.

⁵¹Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.25

⁵²Tikkanen, I., “Resource approach to rural tourism in Finland: case Vaajasalmi”, Matkailututkimuksen XIV Symposium, Kuopio, Finland, 2004 (pdf)

⁵³Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.25

Акцентот е врз контрастот помеѓу руралната и градската средина. Според авторот руралниот туризам е основниот вид туризам кој ги вклучува во себе сите форми на туризам практикувани во рурална средина. Foiera не предвидува задолжително туристичката понуда да вклучува извршување на селско стопански работи. Критериумот е не кој развива рурален туризам, а каде се развива туризмот, т.е. условот е тој да биде во рурална средина. Сместувањето на туристите се врши не само во куќата на селското домаќинство, но и во хотели, мотели, кампинзи и одморалишта во нивна близина. Авторот ја формулира следната рамка за разгледување на руралните области:

- зачувани рурални области – тоа се достапни рурални средини кои се карактеризираат со протекционистички односи;
- спорни рурални средини – се наоѓаат надвор од главните транспортни и железнички патишта;
- патријархални рурални средини – доминираат просторните селски имоти и фарми. Развојот е контролиран од локалните сопственици со традиционални сфаќања; и
- супсидирани рурални средини – тие се наоѓаат во оддалечените области, каде што доминира селското стопанство, но е зависно од државната финансиска помош. Политиката е насочена кон помагање на развојот на општината и решавање на проблемите со вработеноста на нејзината територија.

Експерти од Бугарската асоцијација за алтернативен туризам (БААТ) ги определуваат основните елементи на руралниот туризам, обрнувајќи внимание како на местото на престој, така и на специфичните дејности за време на престојот. БААТ го разгледува руралниот туризам како⁵⁴:

- престој во рурална средина (во куќа или во изграден во близина камп, други средства за сместување);
- остварување на контакт со домаќините; и
- достапност до нивното домаќинство.

⁵⁴www.baatbg.org (18.02.2011)

Како правило туристите се вклучуваат во секојдневните селско стопански дејности како: берба на овошје, зеленчук, билки, приготвување на традиционални јадења, вклучување во локалните обичаи и празници, набљудување или обука за локалните занаети, фолклор и др. Овие дејности обично се дополнуваат со други видови и форми на туризам (планинарење, јавање коњи, посета на манастири, музеи, археолошки и други објекти, училишта за занаети и др.). Според друга постоечка дефиниција, руралниот туризам вклучува рекреативни дејности, извршувани во рурална средина и поврзани со користење на специјализирани за таа цел селски куќи и други објекти за сместување. Во согласност со таа дефиниција учесниците во организирана туристичка посета, чиј елемент е престојот во рурална средина, нема да бидат вклучени во категоријата на рурални туристи. Основните елементи на руралниот туризам постојат кога се исполнети следните услови:

- контакт со природата;
- оддалеченост од урбана средина;
- развој на туризмот сообразен со природната средина и во сооднос со локалното население, обезбедувајќи спокојна атмосфера и услови за пријатен престој;
- личен контакт; и
- запознавање на руралната средина и локалното население.

Атанасова и Бачварова го дефинираат руралниот туризам како краткорочен или долгорочен престој во рурален регион, со цел активен или пасивен одмор и сместување во објект кој не е задолжително во сопственост на селското домаќинство. Престојот на туристите е поврзан со блискиот контакт со локалното население, запознавање и посета на автентична архитектура, природни, културни, историски и археолошки споменици⁵⁵. Стојанова го дефинира руралниот туризам како престој во рурална средина, куќа, камп или

⁵⁵Атанасова, М., Бачварова, С., "Селски и аграрен туризъм в България", Авангард Прима, София, 2006 стр.14

друг објект за сместување кое овозможува близок контакт со домаќините и непосреден достап до нивното стопанство⁵⁶.

Китанов го дефинира руралниот туризам како преземање на активности и иницијативи за подобрување на животните услови во руралните места и животната средина, кои имаат за цел социо-економски развој на тие подрачја⁵⁷. Според Ракичевиќ, руралниот туризам се базира на отворениот простор, иницира активно учество на локалното население во услужувањето на туристите и се материјализира преку туристичкиот производ⁵⁸. Танчева го дефинира руралниот туризам како задоволување на потребите на домашните и странски туристи во руралните подрачја, со локалните или регионалните атракции и туристички вредности и преку соработка на локалните институции и понудувачи на услуги⁵⁹. Според Панов, селскиот туризам претставува таков начин на користење на слободното време, кој е обусловен претежно со задоволувањето на рекреативните, но и културните потреби во просторите на руралните средини⁶⁰. Овој автор руралниот туризам го нарекува селски (како и повеќето автори од Источна Европа).

Друг приод кон анализата на руралниот туризам го определува не просто како туризам во рурална средина, туку како форма на туризам која треба да биде истовремено и економски ефективна и еколошки ориентирана. За да се одговори на очекувањата на туристот за ефектот од понудениот рурален туристички производ, се доаѓа до констатација дека овој вид на туризам треба да се развива како семеен бизнис и само на таков начин би можел да ги исполни гореспоменатите очекувања. За да биде успешен овој бизнис, задолжителен услов е домаќинството, кое го нуди тој производ да ги познава неговите

⁵⁶Стоянова, С., "Планиране и финансиране на селскиот туризъм", Университет "Пасий Хилендарски", Пловдив, 2008 стр.16

⁵⁷Китанов, В., "Развој на руралниот туризам во регионот Малеш-Пијанец", Завод за заштита на спомениците и културата, Штип, 2010 стр.8

⁵⁸Ракичевиќ, Г., "Заштита на природната средина и развојот на руралниот туризам", труд подготвен за "Еколошки и социопсихолошки аспекти на туризмот", Симпозиум со меѓународно учество, ФТУ, Охрид, 1997, стр.235

⁵⁹Танчева, В., "Придобивките од активното вклучување на македонските села во развојот на руралниот туризам", Зборник на трудови бр.1, МИТ, Скопје, 2010 стр.289

⁶⁰Панов, Н., "Можности за развој на селскиот туризам во Република Македонија", Зборник од Вториот конгрес на географите на Република Македонија, УКИМ, ПМФ, Скопје, 2000 стр.259

карактеристики и да го избере најдобриот начин за соединување со селско-стопанските дејности.

Разгледаните дефиниции за руралниот туризам ја даваат **основата** за различно осмислување на суштината на руралниот туризам и неговите типични карактеристики:

- средината во која што се реализира туризмот – населено место во рурална средина со неговите ресурси и специфични карактеристики;
- можности за сместување – местата за сместување и објектите за престој типични за руралната средина; и
- можности за одмор (активен и пасивен) – дејности кои можат да се практикуваат (како типични и секојдневни дејности за населеното место така и попатни).

Заедно со други видови и форми на туризам (екотуризам, планински туризам, вински туризам) руралниот туризам создава еден комплексен производ насочен кон корисници со различни интереси, желби и мотиви. Акцентот се претставува врз руралната култура, како и на користење на потребните за одмор еколошки фактори – чист воздух, шуми, ливади, море итн. Во Јапонија руралниот туризам се нарекува “бавен туризам”, поради неговата специфичност, односно спротивно на “брзиот” живот во градовите⁶¹.

Модели на рурален туризам кои се идентификувани во научната литература се⁶²:

- Суштински и периферни приоди (Selwyn⁶³ 1996; Weaver⁶⁴ 1998; Russo⁶⁵ 2005);

⁶¹Пенерлиев, М., “Селски туризъм – състояние, проблеми и тенденции”, Фабер, 2009 стр.51

⁶²Saxena, G., Clark, G., Oliver, T., Ilbery, B., “Conceptualizing integrated rural tourism”, *Tourism Geographies*, Vol. 9, No. 4, 347–370, 2007, (pdf)

⁶³Selwyn, T., Ed., “The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism”, John Wiley, 1996

⁶⁴Weaver, D. B., “Peripheries of the periphery - Tourism in Tobago and Barbuda”, *Annals of Tourism Research*, 25(2), pp. 292-313., 1998

⁶⁵Russo, A., “Cultural gateways: building partnerships for sustainable development in destination regions”, Paper presented for the 45th Congress of the European Regional Science Association. Vrije Universiteit Amsterdam, 23-27, August, 2005

- Приоди од потрошувачка гледна точка, каде што туристите се дефинирани како потрошувачи на руралните подрачја (Urry 1995)⁶⁶ или како трагачи по нови естетски и материјални добра (Lash и Urry 1994)⁶⁷;
- Приоди на комерцијализација (дали карактеристики на руралниот туризам се ендегени или егзогени и дали се економски издржани или не) (Cohen 1993)⁶⁸;
- Егзистенционални приоди, каде што туристите бараат можност да излезат од секојдневниот живот (Turner и Ash 1975)⁶⁹, или бараат да создадат чувство на целост (често во митска смисла), автентичност и структура која била нарушена со модерниот начин на живот и глобализацијата (MacCannell⁷⁰1989; Selwyn⁷¹ 1996; Robinson и Boniface⁷²1999);
- Драматуршки приоди во кои туристите и нивните домаќини играат улоги кои ги пресликуваат традиционалните начини на живот во тој географски регион (Goffman⁷³ 1975; Ryan и Aicken⁷⁴ 2005) и прикажуваат начин на живот на некоја заедница (Crang 1998)⁷⁵, дури и приоди каде што руралниот туризам преминува во еден вид на “игра“ или виртуелно искуство (Feifer⁷⁶ 1985; Tulloch ⁷⁷1999);
- Економски приоди, ориентирани кон туристите (Ashworth и Goodall 1990)⁷⁸ и каде што туристите можат да бидат штетни, да имаат улога на економски стимул, па дури и улога на реорганизација на руралните средини (Tisdell 2000)⁷⁹; и

⁶⁶Urry, J., “Consuming Places”, Routledge, London, 1995

⁶⁷Lash, S., Urry, J., “Economies of Signs and Space”, Sage, London, 1994

⁶⁸Cohen, E., “Introduction: investigating tourist arts”, Annals of Tourism Research, pp. 1-8, 1993

⁶⁹Turner, L., Ash, J., “The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery”, Constable, London, 1975

⁷⁰MacCannell, D., “The Tourist”, Macmillan, London, 1989

⁷¹Selwyn T., Ed., “The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism”, John Wiley, 1996

⁷²Robinson, M., Boniface, P., Eds., “Tourism and Cultural Conflicts”, CABI, Wallingford, 1999

⁷³Goffman, E., “Frame Analysis: an Essay on the Organisation of Experience”, Penguin, Harmondsworth, 1975

⁷⁴Ryan, C., Aicken, M., Eds., “Indigenous Tourism: The Commodification and Management of Culture”, Elsevier, Oxford, 2005

⁷⁵Crang, M., “Cultural Geography”, Routledge, London, 1998

⁷⁶Feifer, M., “Going Places”, Macmillan, London, 1985

⁷⁷Tulloch, J., “Performing Culture: Stories of Expertise and Everyday”, Sage, London, 1999

⁷⁸Ashworth, G., Goodall, B., Eds., “Marketing Tourism Places”, Routledge, London, 1990

⁷⁹Tisdell, C., Ed., “The Economics of Tourism”, Edward Elgar, Cheltenham 2000

- Приоди фокусирани на заедницата, каде што туристите наметливо бараат автентичност (MacCannell 1989)⁸⁰, и каде туризмот варира од културно експлоатирање и деструктивност (Lanquar 1990)⁸¹ или пак од друга страна да играат улога на катализатор за зачувување и одржување на традициите (Scheyvens 2002)⁸².

2.1. Видови на рурален туризам

Според некои автори руралниот туризам, аграрниот туризам и фармерскиот туризам се идентични. Други автори ги разграничуваат еден од друг. Ружиќ, ја прави следната поделба на видовите рурален туризам⁸³:

- Агротуристички видови на рурален туризам (во кои се нуди само сместување, во кои се нуди само исхрана и во кои се нуди и сместување и исхрана) и
- Останати видови на рурален туризам (резиденционален, носталгичен, спортско-рекреативен, авантуристички, здравствен, културен и верски, ловен и риболовен, гастрономски и вински, екотуризам, едукативен, кампинг туризам, наутички туризам).

Според Мрежата за рурален развој на Република Македонија, постојат следните форми на рурален туризам⁸⁴:агротуризам, екотуризам, културно и етно село, туризам поврзан со духовни и физички дисциплини, планински туризам, етно–гастрономски, лов и риболов, медицински,бањски туризам, вински туризам, спортски туризам и речен туризам.Руралниот туризам може да се објасни како фармерски туризам или агро-туризам, но двете категории се подкомпоненти на туризмот во руралниот простор⁸⁵:

- Агро-туризам е кога целта на посетата има специфичен фокус врз земјоделството како и контактсо домашни животни илипосета на лозје;

⁸⁰MacCannell, D., "The Tourist", Macmillan, London, 1989

⁸¹Lanquar, R., "Sociologie du tourisme et des voyages", PUF, Paris, 1990

⁸²Scheyvens, R., "Tourism for development: empowering communities", Pearson Education, Harlow, 2002

⁸³Ružič, P., "Ruralni turizam", Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula, 2005, str.17-32

⁸⁴ <http://mk.ruralnet.mk/>

⁸⁵Holland, J., Dixey, L., Burian, M., "Tourism in poor rural areas: diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic", PPT N.12, 2003 (pdf)

- Фармерски туризам е кога сместувањето на руралните туристи е на самите фарми. Основните активности се остваруваат во широката рурална област (пешачење, риболов), но сепак поголемиот број на посетители се сместени на фармите (фарми кои работат или се трансформирани во објекти за сместување); и
- Рурален туризам ги вклучува горе наведените, но исто така ги вклучува и камп парковите, сафари турите, занаетчиските пазари, културните изложби, авантуристичките спортови, пешачките патеки, локациите со историско наследство, музичките настани, всушност сите туристички активности кои се одвиваат во руралните области.

Интересни се следните примери на рурален туристички производ кои се опишани од Министерството за земјоделство и рибарство на Нов Зеланд⁸⁶:

- Престој на фарма – легло и појадок (и останати оброци), сместување и активности акцентирани со традиционален фармерски начин каде посетителите се чувствуваат како дел од “семејството”;
- Селски престој – фокусот е сконцентриран на амбиентот и околината со помалку земјоделски активности;
- Рурални само-послужувачки единици –сместување во прилагодени штали, работнички колиби, итн.;
- Камп локации – атрактивни места со пристап и сенка, засолнети со дрвја и опремени со објекти за посетители (тушеви, тоалети, итн);
- Туристи со ранец (backpacker tourists⁸⁷) –форма на туризам која е потешка за дефинирање. На туристите треба да им се понуди широк спектар на објекти за сместување, со голем број на дополнителни дејности како што е “доживувањето” (посебни активности, настани, итн);

⁸⁶Knowd, I., “Rural tourism: panacea and paradox. Exploring the phenomenon of rural tourism and tourism’s interaction with host rural communities”, 2001, p.9 (pdf)

⁸⁷Бегпекер туризмот е форма на ниско буџетни и независни меѓународни патувања. Вклучува користење на ранец или друг вид на багаж кој е лесен за носење на подолги дистанци и за подолг временски период; се користи јавниот транспорт; евтини сместувачки објекти како хостели; имаат подолга просечна должина на престој во споредба со конвенционалниот туризам; и постои интерес за запознавање со локалното население и разгледување на знаменитости.

- Авантуристичко – рурални сместувања се поврзани со специфични активности како качување по карпи, јавање, лов, и сл.;
- Културно наследство – објекти кои имаат силни историски или културни одлики; и
- Екотуризам⁸⁸, има одлики на природна или создадена област со значајни еколошки атракции, каде посетителот очекува да научи нешто како дел од доживувањето.

2.1.1. Аграрен туризам

Општо прифатено е мислењето дека аграрниот туризам е термин со потесна содржина од руралниот туризам кој спаѓа се што е поврзано со селското стопанство, вклучувајќи ги традициите и обичаите со кои туристот се сретнува. Се однесува на разни дејности кои се тесно поврзани со селско-стопанскиот труд, како: производство на зеленчук, овоштарство, сточарство и др., и објектите потребни за извршување на стопанската дејност. Заради тоа тој се нуди во многу држави од селски домаќинства за кои туризмот е вториот извор на доход веднаш после основната селско-стопанска дејност. Оваа форма на рурален туризам првенствено е развиена во Италија. Во научната литература повеќето автори вршат разграничување на формите на руралниот туризам врз база на акцентот на одморот и обемот на типичните туристички услуги. Разлики има не само во обемот на користените ресурси, туку и во самото туристичко доживување. Во таа смисла авторите постигнуваат определена конкретизација на одделните поими и го претставуваат аграрниот и фармерскиот туризам како “суп компонента” на туризмот во руралната средина и го определуваат аграрниот туризам како форма, при која целта на посетата има специфичен селско стопански (производствен) карактер (на пример посета на лозови насади и винарски визби). Според класификацијата на Foiera, аграрниот туризам го зазема второто место после руралниот туризам. Авторот предвидува сместувањето на гостите да се врши во условите на селското стопанство, а имено во:

⁸⁸Мексиканскиот екологист Hetzer го вовел терминот “екотуризам” и ги дефинирал неговите четири основни термини во 1965 г. Според Hetzer екотуризмот треба да има (1) минимален одраз врз природата, (2) минимален одраз и максимална добивка за културата на локалната заедница која ги прифаќа туристите, (3) максимален економски бенефит за локалната заедница, и (4) максимално задоволство и релаксација за туристите.

- посебна соба во селска куќа;
- куќа до стопанството (на стопанот);
- одморалишта; и
- кампинзи и др.

А објектите за престој да можат да бидат изнајмувани директно од самите селски домаќинства. При тоа објектите за престој можат да бидат или во близина на стопанството или да се оддалечени од него. На таков начин се остварува контакт со домаќините, вклучувајќи ги и оние за кои селското стопанство не е основен извор на доход. Под број три во класификацијата на Foiera, фигурира терминот “одмор во селски двор”. Според авторот, овој одмор продолжува најмалку пет дена. Овој временски период е поради фактот што е потребно време за запознавање на домаќините и гостинот и прифаќањето на гостинот како член на селската фамилија. Селското стопанство е основното занимање и извор на приход за домаќинството. Одморот може да се реализира и во посебен објект или камп, но во близина на дворот и објектот на стопанот.

Важен фактор за аграрниот туризам е акцентот врз производствениот елемент (активната селско стопанска дејност на домаќинството) кој е извор и на основен дел од доходите. За нив туризмот е начин да ја прошират дејноста и да добијат дополнителен доход (за разлика од руралниот туризам кој во многу места се претворил во дејност која овозможува стекнување на поголем дел од приходот за претприемачите). Тоа не исклучува посета на стопанства кои работат и учество на туристите во производствената дејност и во руралниот туризам, но во тој случај тие се само еден елемент од руралниот туристички производ, кој во региони не соодветни за развој на селскостопанското производство (високопланинските и други реони) би можел да не се нуди. Статистичките податоци за аграрниот туризам покажуваат дека, во Европа тие формираат околу 35% од користениот рурален туристички производ, во Западна Европа нивниот дел е повисок 38%, додека во Источна Европа тој е понизок за 10%⁸⁹.

Секое агротуристичко претпријатие има свои особености, затоа е тешко да се опише “типичниот” агротуристички бизнис. Општо земено, сепак

⁸⁹Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.30

“агротуристичко претпријатие е бизнис управуван од страна на земјоделско стопанство со цел релаксација и едукација на посетителите и промоција на продуктите на земјоделското стопанство, а со тоа и генерирањена дополнителен приход за земјоделското стопанство”⁹⁰.

2.1.2. Фармерски туризам

Фармерскиот туризам го претставува симбиотичниот однос на областите каде што ниту земјоделството ниту туризмот можат да бидат независно исплатливи⁹¹. Фармерскиот туризам е термин кој во најтесна смисла е дел од руралниот туризам, преку поврзување со една фарма, независно дали тоа се однесува само со престој на туристи, нивно учество во различна селско стопанска работа, празнувања, активности или хранење во неа. Суштинските дејности се извршуваат во поширока рурална средина (прошетки, пловење со бродитн.). Туристите престојуваат во фарми кои што можат или да работат или да бидат целосно прилагодени за сместување. Терминот фармерски туризам потцртува од една страна, дека фармерските куќи се користат како средство за сместување на туристите, а од друга страна се губи директната врска на понудениот производ со селско стопанската дејност. Во ваквите фарми туризмот се претвора во основен извор на доход и тие се специјализираат во давање услуги за сместување и исхрана на туристите. Независно од изгубената директна врска со селското стопанство, тие имаат важна улога во економијата на локално ниво (типичен пример се француските “fermes auberges”).

Во Австрија, Франција, Германија се создадени фарми за одмор⁹². Фармите за одмор претставуваат комбинација помеѓу селско стопанство и туризам, постигнувајќи ја максималната искористеност на капацитетите во исто време на годината (за фармите за одмор сезоната е до јули или август). Поголемиот дел од посетите се вршат за време на летните месеци, помалку за време на есента и пролетта, а најмалку за време на зимските месеци. Барањата за максимален број соби за сместување во една фарма за одмор се различни во

⁹⁰Beus, C., “Agritourism: cultivating tourists on the farm”, Washington State University Extension, Publication, 2008 (pdf)

⁹¹Harris, R., Griffin, T., Williams, P., ed., “Sustainable tourism: a global perspective”, Butterworth-Heinemann, 2002 p.199 (pdf)

⁹²Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.31

различните земји – за Франција се посочени максимум пет соби, а за Австрија десет.

Разликите меѓу фармерскиот туризам и руралниот туризам не се јасно определени. Некои автори фармерскиот туризам го дефинираат како подмножество на руралниот туризам⁹³. Според нив, руралниот туризам се базира на руралната средина, а фармерскиот на фармите и земјоделието. Од ова произлегува дека фармерските туристички претпријатија се потесно поврзани со земјоделството, отколку другите видови рурален туризам. Според други автори, постои разлика помеѓу руралниот туризам и фармерскиот туризам. Кога сместувањето е одвоено од фармерската животна средина тогаш имаме “рурален туризам”, додека кај “фармерскиот туризам” фармерската околина и нејзината суштина се инкорпорираат во производот (пример: учество во работата на фармата, возење трактор, собирање на плодови). Овие врски не само што се разликуваат, тие исто така се менуваат со текот на времето. Некои автори сметаат дека врската меѓу фармерскиот туризам и земјоделието станува послаба. Тие ја опишуваат транзицијата од фармерски туризам во рурален туризам. Оваа транзиција настанува кога фармерите кои се ангажирани со туризам ги користат сопствените фарми како алтернативен извор на приход (покрај приходите од земјоделието) и се повеќе се оддалечуваат од земјоделската дејност.

2.1.3. Рурален туризам за деца

За децата како специфична целна група исто така се нудат рурални туристички производи. Руралниот туризам за деца е најразвиен во Франција и САД. Одморот на децата во руралните средини им нуди многу предности, особено за децата од 2-16 год., за нивните родители, а исто така и за семејствата каде што престојуваат. Предностите се состојат во следното:

- за децата – начин да го поминат одморот во рурални средини, во фарма, во соодветна семејна средина и да откријат еден нов свет,

⁹³Fleischer, A., Tchetchik, A., “Does rural tourism benefit from agriculture?”, Tourism Management, N. 26, p.493–501, 2005, (pdf)

близок до природата, кој што до тогаш не им бил познат, а го познавале индиректно од приказните, телевизијата итн.;

- за родителите – немаат финансиска можност да го поминат одморот заедно со децата, но се задоволни дека децата ќе бидат на сигурно и еколошки чисто место и ќе се научат на ред и дисциплина; и
- за домаќините – извор на дополнителни приходи, за чие добивање не се потребни инвестиции, затоа што децата туристи ги гледаат заедно со своите деца.

Домаќинствата кои примаат деца туристи треба да ги исполнуваат следните услови:

- за анимирање на децата треба да вклучат широка лепеза од игри, спорт (на пример риболов) прошетки, пикник, театар, запознавање со карактеристиките на различните занаети типични за руралната средина (грнчарство, ткајачки занает и др.). Во САД креативните фармери од стоговите сено градат дворци, тунели, лавиринти итн.;
- семејствата каде што ќе престојуваат децата да исполнуваат хигиенски услови и удобност;
- бројот на децата кои се сместуваат да биде помеѓу 6 и 10. Тоа е оптимален број за ефективна адаптација и остварување на анимационата програма; и
- големината на сезоната за детските одмори е 70 дена.

Оваа форма на одмор за децата е наменета првенствено за семејства со ниски примања, заради ниската цена. Западните туристи го зголемуваат интересот на своите деца кон трудот, вклучувајќи ја и за нив атрактивната грижа за животните. Со тоа тие не само што се здобиваат со нови сознанија за светот каде што сликите од приказните се живи, туку и се учат да работат и да го разбираат значењето на редот и дисциплината. Оригинален начин за подобрување на туристичката понуда се постигнува преку маршрутите со игра. Овие маршрути се одвиваат мошне интересно. Туристите располагаат со појдовни точки, маркирани граници, лупи, дневник за водење белешки. Преминувањето на маршрутите бара пронаоѓање на определени симболи кои водат до крајната цел. Описите во продаваните маршрути се преведени на

неколку јазици. Посебна занимливост за децата е маршрута за пронаоѓање на скривалиште⁹⁴.

2.1.4. Просторен опфат на руралниот туризам

Покрај фактот што не постои единствен став, познато е дека секој термин има своја смисла и придонесува на свој начин за опишување на просторниот опфат на руралниот туризам. Неопходноста од појаснување на користената терминологија од овој аспект, произлегува од тоа дека карактеристиките на местоположбата се еден од факторите кои го прават руралниот туризам специфичен.

Руралниот простор кој го чини вонградскиот простор, постојано се трансформира. Во него бројот на населението што живее постојано опаѓа, бројот на оние кои се занимаваат со земјоделие е помал, а регионалните разлики во развиеноста се се поголеми. Денес во тој простор се повеќе се градат големи прометни објекти и крупна техничка инфраструктура. Во него развојот на земјоделското производство и туризмот е се поголем, а загадувањето и загрозувањето на природата се поинтензивни. Претпоставка е дека светот по својата природа во 21 век ќе биде урбан, бидејќи градот и понатаму е најдобар облик за организиран живот на луѓето, независно од проблемите со кои постојано се среќава⁹⁵. Тенденцијата на урбанизација продолжува и прогнозите на меѓународните организации се дека, 21-от век ќе биде првиот урбан век во историјата на човештвото.

2.1.5. Рурална средина

Дефинирањето на руралната средина е многу дискутирано прашање. Корените на оваа дискусија датираат од XIX век, а Sorokin и Zimmerman за првпат ја споменуваат во 1929 година во “Принципи на развој на руралната урбана социологија”. Авторите утврдиле повеќе од 200 индикатори за руралните

⁹⁴Атанасова, М., Кънева, К., Атанасова-Чопева, М., “Развитие на селски и аграрен туризъм в някои страни на Европа и Америка”, Авангард Прима, София, 2006 стр.50

⁹⁵Зиков, М., “Руралниот простор во новите развојни услови во Република Македонија”, Зборник на трудови “Руралниот простор во новите развојни услови”, книга 1, стр.1, УКИМ, ПМФ, Скопје, 2006

средини и си поставиле за цел да ги прикажат разликите помеѓу руралните и урбаните светови⁹⁶.

Во Европската Унија, обновениот интерес во развојот на руралните средини генерира зголемена потреба од проценка на⁹⁷:

- Руралната ситуација, нејзина структура и проблематичност;
- Прогрес, трендови и „развој“ во сегашните услови; и
- Нивото на благосостојба на руралните жители.

Руралната средина го опфаќа природно-географскиот простор во кој функционално преовладуваат примарните дејности (земјоделие, шумарство и сточарство), со вообичаено послабо развиена стопанска линиска и институционална инфраструктура⁹⁸. Руралните средини се разгледуваат како извор на национално богатство, култура и се суштински дел од националните обележја. Денес, гледаме на руралните средини од многу поширока перспектива. Руралните средини се места за живеење, рекреативни површини, културни и природни пространства. Како дел од природата имаат многу економски, еколошки и социјални функции⁹⁹.

Во различните држави, определувањето на типот на руралните средини е на поинаков начин. Например во Англија, Португалија и Швајцарија за рурална средина се смета подрачје во кое живеат под 10 000 жители, Австрија 5000, Франција 2000, Канада и Австралија под 1000, Данска и Норвешка под 200 жители¹⁰⁰. Овие разлики во дефинирањето на руралната средина придонесуваат за потешкотии во дефинирањето на руралниот туризам. По направените дефиниции за руралните средини во странство, ќе ги посочиме дефинициите за

⁹⁶Šimkova, E., “Strategic approaches to rural tourism and sustainable development of rural areas”, AGRIC. ECON. – CZECH, 53, (6): 263–270, 2007, (pdf)

⁹⁷Bryden, J., “Rural Development Indicators and Diversity in the European Union”, Conference proceeding: “Measuring Rural Diversity”, Economic Research Service, Washington, DC, p.21-22, 2002, (pdf)

⁹⁸Маркоски, Б., “Руралната средина во Република Македонија”, Зборник на трудови “Руралниот простор во новите развојни услови”, книга 1, стр.30, УКИМ, ПМФ, Скопје, 2006

⁹⁹Šimkova, E., “The potential of rural tourism and sustainable development of rural areas”, Economics and management, V.4, 2007, (pdf), p.57-62

¹⁰⁰“Tourism strategies and rural development”, Organisation for Economic Co-Operation and Development, Paris, 1994 (pdf) p.8

овој поим кај нас. Основен нормативен акт кој го дефинира е Законот за земјоделство и рурален развој, кој го определува следното¹⁰¹:

- Рурална средина е подрачје на општина во Република Македонија, во кое ниедно населено место во општината нема повеќе од 30 000 жители согласно националниот попис на населението и домаќинствата или со густина на населеност помала или еднаква на 150 жители на квадратен километар на подрачје на општината;
- Населените места во руралните средини се рурални заедници кои можат да бидат: недостапни (според оддалеченост од најблиската градска населба), заостанати (број на работоспособно население ангажирано во земјоделска дејност, активни трговски друштва и невработеност според националниот просек) и депопулациони (помалку од 150 жители); и
- Доколку повеќе рурални заедници кои граничат меѓу себе и заедно можат да формираат една географска територија која не надминува 4% од вкупната територија на Република Македонија и се категоризирани во најмалку две од претходните категории, со посебен закон се прогласува за рурален регион.

Според овој закон, Министерот за земјоделство, шумарство и водостопанство во Службен весник објавува список на рурални подрачја на територијата на Република Македонија. Ако се водиме по овие дефиниции, голем број на угостителски објекти и сместувачки капацитети се наоѓаат во рурални средини. Во овој список практично се наведени сите населени места со исклучок на 10-тина поголеми градови во државата¹⁰².

2.1.6. Рурален регион

Според Ashley и Maxvell¹⁰³, општите карактеристики на руралниот регион се:

¹⁰¹“Закон за земјоделство и рурален развој”, чл. 63, Службен весник на РМ, бр.49 од 12.04.2010

¹⁰²“Список на рурални подрачја во Република Македонија”, Службен весник на РМ, бр.154, 12.12.2008

¹⁰³Станкова-Данева, Г., “Структура на продукта на селскиот туризъм, издръжки и цена на негови елементи”, Дисертация, Институт по аграрна икономика, София, 2005превземено од Ashley, С.,

- Пространства каде што градовите и инфраструктурата имаат мал дел од општото пространство, а доминантното е исполнето со ниви, пасишта, шуми, водни површини и планини;
- Места каде што за поголемиот дел од локалното население основна дејност е селското стопанство;
- Релативно ниска цена на земјата; и
- Повисоки цени на стоките и услугите предизвикани од големите растојанија и лошата инфраструктура.

Halfacree, определува четири приоди при определување на поимот рурален регион¹⁰⁴:

1. Описен – го опишува регионот користејќи емпирични податоци – број на жители, густина на населението и др.;
2. Социјално културен – ги опишува врските помеѓу социјалните и пространствените показатели, на пример, начинот на кој густината на населението влијае врз однесувањето и меѓучовечките односи во регионот;
3. “Рурален” како местоположба – со неговите карактеристики кои што го прават регионот рурален, на пример, оддалеченоста од големите градови и др.; и
4. “Рурален” како социјално прифаќање – од гледна точка на тоа како руралното се вклопува во социјалниот модел надвор од градските региони, од поединци или групи. Повеќето луѓе разбираат што е рурален регион, кога ќе видат таков и тешко се согласуваат со дефиницијата, па макар и да била формулирана во неколку реченици.

Авторот не дава конкретна дефиниција за рурален регион со пресумпција дека такво нешто е тешко да се дефинира. Терминот според Halfacree може да биде дефиниран на различни начини во согласност со определените приоди. Cloke, користи 16 индикатори (како оддалеченост од големите градски центри,

Maxvell, S., “Rethinking rural development”, Development policy review, 19, Blackwell Publishing, London, 2001 p.395-425

¹⁰⁴Станкова-Данева, Г., “Структура на продукта на селскиот туризъм, издръжки и цена на негови елементи”, Дисертация, Институт по аграрна икономика, София, 2005 превземено од Halfacree, K., “Locality and social representation”, Journal of rural studies, N.9, 1993 p.23-27

модел на населбата, демографска структура, економска структура и благосостојба и др.) преку кои пресметува индекс на руралните региони. Врз основа на добиените резултати, тој прави поделба на два основни типа на рурални региони и неколку кои според користените критериуми се наоѓаат некаде помеѓу нив. Основни се¹⁰⁵:

- оддалечен рурален регион се карактеризира со оддалеченост од градските региони, население кое се намалува постојано, население со постари лица, ниско ниво на вработеност на жените и високи расходи за испорака на услуги по глава на жител; и
- Достапни рурални региони се карактеризираат со релативна близина до градските региони, брза стапка на пораст на младото население кое што користи автомобил како основно транспортно средство. Основна карактеристика на овие реони е релативната економска одржливост со ниско ниво на безработица во споредба со пооддалечените реони.

Прашања за дискусија:

Што значи зборот рурален? Како вие би го дефинирале руралниот туризам? Што е рурална средина? Што е рурален регион? Што е бегпекер туризмот? Кои се основните видови на рурален туризам? Кои видови на рурален туризам според вас постојат во нашата земја?

Вежби: Стандарди за изработка на индивидуална работа/проектна задача и избор на тема.

Домашна задача:

1. Преку разговор со вашите најблиски дознајте од каде (кои села) потекнуваат вашите предци и со помош на интернет пронајдете ги тие места. Дали постои можност за развој на руралниот туризам во овие места? Кои се

¹⁰⁵Станкова-Данева, Г., "Структура на продукта на селскиот туризъм, издръжки и цена на негови елементи", Дисертация, Институт по аграрна икономика, София, 2005 превземено од Cloke, P., "An index of rurality for England and Wales", Regional studies, 2, 1997 p.31-46

традиционалните рецепти кои потекнуваат од тој крај? Има ли интересни приказни/легенди поврзани со тие места? Какви се обичаите? Кои се позначајни природни и антропогени вредности на тие места?

2. Посетете ја интернет страната www.baatbg.org. Направете коментар на содржината на овој портал. Дали ваков концепт може да се примени во нашата земја? Кој би требало да направи ваква интернет страна во Република Македонија?

3. Фактори за постоење и развој на руралниот туризам

Руралниот туризам не може да се развива насекаде и од секого. Потребно е да се исполнат повеќе фактори, кои се претпоставка за развој на овој алтернативен вид туризам. Според Статев, основните фактори кои го овозможуваат постоењето и развојот на руралниот туризам можат да бидат формулирани на следниот начин¹⁰⁶:

- постоење на природни и антропогени туристички вредности (ресурси);
- соодветна материјално-техничка база (објекти за сместување);
- човечки фактор;
- институционална поддршка;
- изградена социјална и производствена инфраструктура;
- постоење на постојана туристичка побарувачка, осигурување на постојано барање на руралниот туристички производ и ефективно користење на капацитетите за сместување;
- безбедност во руралните средини и др.

3.1. Природни и антропогени туристички фактори

Многу автори прават најразлична поделба на природните и антропогените туристичките фактори. Според Мариноски, туристичките фактори се услови кои овозможуваат туризмот да се појави и развие. Авторот прави повеќе поделби на туристичките фактори, а природните и антропогените фактори ги сместува во

¹⁰⁶Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.39

атрактивно-мотивациони фактори според нивното потекло¹⁰⁷. Мариноски во природните фактори ги набројува¹⁰⁸:

- Геоморфолошките – планини, пештери, вулкански форми, климатски фактори и др.;
- Хидрографски – реки, езера, термоминерални води и др.; и
- Биогеографски – растителен и животински свет.

Во антропогените фактори ги вклучува:

- Културно историски – археолошки локалитети, културно историски споменици; и
- Етнографски туристички мотиви – традиционалната архитектура и стопанските дејности, занаети, исхрана, народната носија, песни и игри и манифестациите.

Според Панов, природните претпоставки за развој на туризмот се следните¹⁰⁹:

- Релјефот;
- Климата;
- Хидрографијата; и
- Биосферата - растителен и животински свет.

Овој автор, во антропогените претпоставки за развој на туризмот ги набројува:

- Антропогени вредности наменети првенствено за туризмот – сместувачки капацитети, туристичка инфраструктура (спортски аеродроми, туристички автобуси и возови, салони за одржување хигиена, ски лифтови, базени и др.), угостителски објекти, културно-забавни објекти, манифестации и појави (коцкарници, барови, ноќни клубови, театри, културно-историски споменици, библиотеки, галерии,

¹⁰⁷Мариноски, Н., “Основи на туристичка теорија и практика”, ФТУ, Охрид, 2008, стр.152

¹⁰⁸Мариноски, Н., “Туристичка географија”, ФТУ, Охрид, 2006 стр. 188-302

¹⁰⁹Панов, Н., “Основи на туризмот”, Селектор, Скопје, 2004

музеи, манифестации, планетариуми, игралишта, спортски сали), останати објекти (туристички агенции, информативни центри, водички служби, спасувачки служби, менувачници, фришопи) и создадени вредности (културно-историски споменици, етно-социјални вредности, манифестации);

- Антропогени објекти од комплементарно туристичко значење – трговски дуќани, угостителски објекти, сообраќајна и комунална инфраструктура, мрежа на телефонија и телеграфија, примарни и секундарни станови за живеење, здравствени и административни објекти, банки, полиција и др.; и
- Антропогени вредности кои не се во директна поврзаност со туризмот – производни, образовни, социјални, политички, административни и некои други видови институции.

Развојот на туризмот во руралните средини овозможува запознавање на растителниот и животинскиот свет, кое што помага за зачувување на животната средина. Оние кои го претпочитаат руралниот туризам имаат можност да бидат во близок контакт со природата, да се восхитуваат на природните убавини и да уживаат во нив. Желбите на туристите да бидат што е можно поблиску до природата ги принудува домаќините да ја разубават околината, да одделат повеќе средства за зачувување на објектите и природните вредности. Развојот на руралниот туризам ја подигнува свеста на поширок круг на луѓе односно грижата за зачувувањето на природната околина. Така од една страна секој турист, кој што еднаш уживал во убавините на природата ќе биде нејзин ревносен заштитник, а од друга страна претприемачите кои го развиваат туризмот, ќе бидат заинтересирани за нејзиното зачувување. Постојењето на благопријатнибиоклиматски, бањски и природни ресурси дополнети со објекти и дејности со етнографски, историски и традиционален карактер, се јавуваат како основен фактор за развој на туризмот во руралните региони. Уникатноста на изработените предмети, како резултат од традиционалните занаети, начинот на кој што тие се изработуваат од локалните мајстори (грнчари, резбари, ткајачи на черги и килими, народни носии и др.) како и суровините и предметите на трудот (водата, огнот на селското огниште и ковачницата, иглите за плетење, примитивните дрвени одаи) можат да се видат во природната средина само на

село, во селската куќа и селскиот двор. Во територијата на руралните региони се организираат интересни панаѓури и празници. Архитектурниот колорит во руралните средини е делумен. Развојот на поврзаните со руралниот туризам дејности – земјоделие и сточарство исто така се радуваат на туристичкото внимание. Интерес за туристите претставуваат историските и културните споменици, улиците и куќите, верските објекти и др.

3.2. Објекти за сместување

3.2.1. Состојба

Според Статев, објектите за сместување во руралниот туризам може да бидат разгледани од **два аспекти**¹¹⁰:

- постоење на директна врска со селското стопанство; и
- постоење на индиректна врска со селското стопанство.

При постоење на директна врска, основниот извор на доход за домаќинството е развивањето на земјоделство и сточарство. Руралниот туризам дава можност на туристот да практикува селско-стопански труд, кој допринесува за дополнителен доход на селското домаќинство. Тоа е позитивно и за двете страни – туристот ги запознава видовите земјоделски култури и животни карактеристични за регионот кој што го посетува, како и начинот на нивното одгледување. Домаќинството од друга страна добива доход и помош при собирање на реколтата или при одгледување на животните.

При постоење на индиректна врска, руралниот туризам се прифаќа како основен извор на доход. Како причина за недостаток на директна врска со селското стопанство, може да бидат посочени недоволниот развој на таа гранка или недостатокот од соодветни услови за развој. Селското стопанство не може да биде првостепен извор на доход. Произведеното во него се користи за приготвување на храна која што туристите ја консумираат и плаќаат. Селското стопанство е повеќе атракција, типична првенствено за планинските реони, поради фактот што таму поретко се користат механизирани средства. При обработката на земјата во таквите региони се користат впрегнати животни. Тоа

¹¹⁰Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.41

од своја страна е еден вид атракција чиј што ефект се засилува уште повеќе со можноста туристот сам да учествува во примитивната обработка на земјата. Сместувањето на туристите може да се врши не само во куќата на домаќинството, туку и во хотели, куќи за гости, фамилијарни хотели, кампинзи и др.

Тодоровиќ и Штетиќ, прават поделба на објектите за сместување во руралниот туризам на¹¹¹:

- рурални куќи со традиционална архитектура;
- апартмани и соби во куќи со современа архитектура;
- земјоделско домаќинство со Еко понуда; и
- мали семејни рурални хотели.

Во Јапонија на пример, хотелите кои се занимаваат со рурален туризам можат да бидат поделени на четири групи. Првите се финансирани и управувани од државата, вторите се финансирани и управувани од приватниот сектор, третите се финансирани од државата, но управувани од локалното население и четвртата група се заеднички финансирани и управувани хотели од страна на државата и локалното население (јавно-приватно партнерство)¹¹².

Типичните за руралниот туризам објекти (куќи за гости, соби за издавање, кампинзи и др.) одговараат на основните карактеристики на руралниот туризам, остварување на туристичката дејност во мал обем, можности за приближување до типичната локална култура и можности за контакт на туристот со селското домаќинство. Практика е туристите да се сместат во куќа, сопственост на домаќинството. Селската куќа и двор со својата специфичност нудат нешто повеќе од место за ноќевање и исхрана. Тоа што го чувствува градскиот човек уште со првите визуелни контакти со селската куќа, е значајна за човечката личност. Во руралните региони, куќата е како дел од човекот, таа му е истовремено потчинета и гостољубива. Тоа е причината селските куќа и двор да бидат јадрото на руралниот туристички производ. За да се сочува тоа чувство во руралните региони, архитектонските идеи за новоградбите треба да се

¹¹¹Тодоровиќ, М., Штетиќ, С., "Рурални туризам", Географски факултет, Београд, 2009, стр.42

¹¹²Пенерлиев, М., "Селски туризъм – състояние, проблеми и тенденции", Фабер, 2009 стр.59

сообразени со комплетната визија за населбата т.е. да биде зачуван типот на височина на зградите, густината на градбите итн. Самиот облик на селото претставува вредност која е вклучена во руралниот туристички производ, преку естетското доживување и расположението кое го создава кај туристите.

3.2.2. Селската куќа и двор

Во Западна Европа поимот двор има богата содржина. “Одмор во селски двор” е синоним за рурален туризам. Дворот е место во кое се одвива стопанска дејност - се хранат животни, се чува земјоделската техника, се превезуваат материјали и земјоделска продукција. Сето тоа создава интимна средина, во која уште со самото доаѓање, туристот станува член на селското домаќинство. Така тој се чувствува заштитен. Заштитеноста на селскиот двор се уште постои како формално (различен тип на огради), така и неформално (правила, селски норми на однесување – например, при влегувањето во дворот се бара дозвола за влегување со тропане или со звонење). Во некои држави од САД, неприкосновеноста на дворното пространство е така заштитена, што при евентуалното нарушување на приватноста на домаќинството може да се доведе животот во опасност. Ако насекаде човек е принуден да го почитува општествениот ред, тој во својата куќа и двор слободата ја сообразува со сопствениите интереси. Во дворот и куќата туристот има специфична правна положба. Тој откупил одреден дел од правата на сопственикот на имотот, платил за да влезе во дел од неговиот свет. За разлика од масовниот туризам, улогата на продавачот на услугата тука е многу поголема. Во модерниот хотел, контактот со сопственикот (обично индиректен) е на основа на професионална учтивост и желба. Во квалитетот на руралниот туризам, туристичката услуга во селската куќа неминовно води до блиски контакти помеѓу домаќинството и туристот. Тоа се појавува, кога постојат специфични квалитети на селското домаќинство—гостопримство, деликатен човечки интерес за другиот, искрена спремност за да се послужи. Во туристичкиот производ по желба на туристот можат да бидат вклучени: хранење на животните, молзење кое е дел од тој друг свет со доминантна биосфера, која што му недостасува и го натерала туристот да го напушти за кратко градот.

Значајно место во руралниот туризам зазема селската кука. Чувството на заштитеност на престој во своја средина почнува да се чувствува уште при влегувањето во дворот. Тоа веќе не е просто место за живеење, туку дом, нешто кое му припаѓа само на семејството. Градското живеалиште го приближува човекот кон модерниот свет, но домот создава сопствен свет и го заштитува од надворешниот (често не по неговиот вкус) свет. Во Западна Европа се забележува една нова тенденција во развојот на руралниот туризам, која ја има и кај нас. Поврзана со луксузот на масовниот туризам и едноставноста на руралната средина. За таа цел опремувањето на собите е изработено од дрво, камен, аранжирани се многу цвеќиња. Внесени се нови природни елементи, водата под форма на водопади и базени за пливање¹¹³. Собите се со современ мебел од дрво, соодветни дрвени столбови, камени сидови, камени фигури, модерни бањи, сауни и др. Во Германија се формира синџир на хотели “Романтичен туризам”, кој се во тој стил и нудат за релативно високи цени цел комплекс од удобности за фамилијарен одмор, за одржување на конференции и др.

3.2.3. Категоризација

За да биде конкурентен производот на определени рурални домаќинства тој треба да поседува одреден квалитет. Нивото на квалитет на објектите за сместување во руралниот туризам може да биде разгледувано од повеќе аспекти. Од една страна, тоа се задолжителните законски правила. Определувањето на категории има за цел да ја истакне предноста на еден објект во однос на друг, за да може клиентот да добие претстава за нивото на квалитет на тој објект. Во светот постојат најразлични критериуми за категоризација, а општо прифатени од поголемиот дел на земји се: градбата, опремата, персоналот и нивото на услуга.

Според Атанасова, при планирање на инвестирањето во објекти за престој во руралните средини, треба да бидат вклучени: основната база за сместување, оформувањето на дворот, понудата на исхрана, постоење на објекти за

¹¹³Во РМ, таков тип рурален туристички производ може да се сретне во Берово (хотел Манастир www.hotelmanastir.com.mk) и Аурора спа ресорт <http://auroraresort.mk/>), с. Јанче (хотел Тутто www.tutto.com.mk), Демир Капија (Попова Кула www.popovakula.com.mk), Старо Нагоричане (Етно село www.etnoselo.com.mk), Лазарополе (хотел Калин www.kalinhotel.com.mk) и др.

анимация, спортски објекти и др.¹¹⁴. Во Бугарија, БААТ (Бугарска асоцијација за алтернативен туризам) има изготвено карта “бугарски дом”, со цел да се постават акцентите врз оние аспекти на туристичкиот престој во селската кука и воопшто во населеното место во руралната средина. Акцентите се поставени врз¹¹⁵:

- квалитет на прием на туристот – лично однесување, внимание и гостопримство кон туристите;
- квалитет на сместување, на услугите и внатрешниот простор, како и барања за сигурноста на туристите; и
- барање на можности за поминување на слободното време, квалитет на околината и одржлив развој.

Процедурата за категоризација на туристичките објекти по барањето на картата се уште е на почеток. Се доделуваат соодветни симболи за исполнетите квалитетни карактеристики на објектот, за одделни елементи – за гостопримството, за понудената кујна, како и ВИП знак за местата за специјален престој, која што одговара на категоријата три ѕвезди. Објектите се категоризираат од едно до три “сонца”, за разлика од одредените ѕвезди за категориите туристички објекти од Правилникот за категоризација. Во многу од европските земји барањата и критериумите кои треба да ги исполнуваат туристичките објекти во руралните средини, се регулирани од страна на Министерство или Асоцијација. Друг начин на регулација на овие прашања е преку префрлување на правото за изготвување на правилник за категоризација од страна на Министерство на друга организација. Така е во Чешка, каде државната институција ги делегира тие права на Сојузот на чешките претприемачи во руралниот туризам¹¹⁶. Тој ги категоризира и местата за престој на претприемачи кои не се негови членови за повисока такса. Во други држави (Велика Британија, Полска, Романија, Германија, Шпанија и др.) сопствениците на туристички објекти во руралните средини подлежат на проверка од страна на државата, како и од експерти на асоцијациите во кои што членуваат. Доделените

¹¹⁴Атанасова, М., “Методически проблеми при проектиране на обекти за селски и аграрен туризъм”, Авангард Прима, София, 2006 стр.37

¹¹⁵Попйорданов, Л., Генова, Л., Стоянов, Я., “Алтернативният туризъм в България – перспективен семеен бизнес”, БААТ, София, 2003

¹¹⁶Станкова-Данева, Г., “Структура на продукта на селския туризъм, издръжки и цена на негови елементи”, Дисертация, Институт по аграрна икономика, София, 2005 стр.37

симболи се различни: “дијаманти” за фармите со туристичка дејност во Велика Британија, “цветови” – во Австрија, “маргаритки” во Романија, “маслинки” во Шпанија, “јаболки” во Словенија итн. Соодветната категоризација е со рок – од една година во Чешка, две до три години (Германија, Шпанија, Естонија, Полска), до четири години – Австрија и пет години во Франција. Покрај различните симболи кои се користат, критериумите за оцена се многу слични, а целта им е потрошувачите успешно да се ориентираат при донесување на одлука. Сето тоа води до потреба од создавање на единствен систем во Европа за квалитетна понуда во руралниот туризам. Основните аргументи “против” ваквата идеја се поврзани со сфаќањето дека тоа би довело до извесно унифицирање на производот и до загуба на идентичноста на руралните средини во различните држави. Од друга страна, постоењето на еден општ систем од критериуми за квалитетот на руралниот туристички производ, валиден за цела Европа, би ги ориентирал туристите и би бил еден вид гаранција дека објектот кој што избрале да го посетат нема да се разликува значително во однос на комфорот и удобноста, со истата категорија која веќе ја посетиле во сопствената или во друга европска држава.

4.3. Човечки фактор

Туризмот создава големи можности за вработување, како во примарните така и во секундарните сектори на стопанството. Тој може да креира **три вида** на можности за вработување: директни, индиректни и индуцирани. Директното вработување се однесува на вработувањата во хотели, ресторани, туристички компании, ноќни клубови и др. Индиректните вработувања се однесуваат на луѓето кои се занимаваат со активности зависни од туризмот, како на пример: градежни работници, доктори кои повремено го услужуваат хотелскиот персонал и туристите, трговци, бензински станици и други кои се помалку зависни, но сепак поврзани со туризмот. Индуцирани (предизвикани) вработувања се дополнителните вработувања на локалните жители кои се пресметуваат од дополнителните приходи кои ги заработиле¹¹⁷.

¹¹⁷Sharpley, R., Telfer, D., ed., “Tourism and development: concepts and issues”, Channel View Publication, 2002, p.167 (pdf)

Суштината на руралниот туризам може да биде претставена преку формулата CHAR, скратеница од¹¹⁸:

- C – cleanness – чистина (на природата, на храната, на објектот, на душата);
- H – hospitality – гостопримство;
- A – attraction – привлечност; и
- R – rural – рурален.

Низ светот постојат многу осамени и прекрасни катчиња, но самотијата им се допаѓа на мал број луѓе. Секој човек сака да биде добро пречекан, почитуван, да му биде посветено посебно внимание. Имено, тоа е целта на руралниот туризам, а еден од најважните елементи на руралниот туризам е обичајот во руралните средини туристот да биде пречекан и примен како член на своето семејство. Барањата кон селските домаќинства кои се занимаваат со рурален туризам се специфични, поради карактеристиките на самиот вид туризам. Одморот на село е активен одмор, а со тоа се поврзани и очекувањата на туристите. Дел од нив ја користат секоја можност за спортување, се бават со водни или зелени спортови, се вклучуваат во пешачки тури или излети во околината. На други им се допаѓа работата на полето или хранењето и грижата за животните. Со сето тоа успеваат да го компензираат пасивниот начин на живот кој го водат во останатиот дел од годината.

Посетата на селскиот дом е тематски одмор. Туристот е љубопитен да се доближи до битието на локалното население и до нивниот начин на живот. Посебен интерес буди проучувањето на историјата на регионот - интересни настани, митови и легенди, а многу важна улога игра и фолклорот. Запознавањето со песните, игрите, носиите и дијалектот на местото, понекогаш се основен мотив за патување. Архитектурните и историски знаменитости исто така се објект на туристичко внимание и интерес. Степенот на нивната зачуваност зависи од умешноста на локалното население.

Задолженијата во семејството можат да бидат најразлични, но во руралниот туризам домаќинството се грижи за сите аспекти поврзани со

¹¹⁸Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.49

престојот на гостинот¹¹⁹. Во шпицот на сезоната можат да бидат ангажирани и луѓе надвор од семејството кои најчесто се роднини. Во таа смисла, персоналот може да варира од двајца до шест души. Во принцип, руралниот туристички производ вклучува ноќевање, појадок и дополнителни услуги. По желба на туристите се нуди и полн пансион, а некои од продуктите се од лично производство, вкусни и еколошки чисти. Дел од селско-стопанската продукција, консумирана од туристите може да не е произведена од селското домаќинство каде што престојуваат, туку да биде доставена од други стопанства во регионот. Интеграцијата помеѓу туризмот и селско-стопанските дејности допринесува не само за развој на руралните региони, туку и за поквалитетно услужување и задоволување на потребите на туристите. Во процесот на формирање на културата на услужувањето, треба да се овозможи обука на локалното население со цел да се усвојат професионалните навики. При таа обука треба да се внимава да не се загуби традиционалниот битна локално население, и специјално за руралната средина квалитети како: природност, контактибилност, човечност, гостопримливост кои претставуваат основни предности во конкуренцијата со масовниот туризам.

Од економски аспект, развојот на руралниот туризам има особено значење за локалното население. Тоа се изразува во:

- обезбедува работа за семејството. Членовите не ја напуштаат руралната средина, дури и се враќаат во неа. Ограничувањето на миграционите процеси е претпоставка за обновување на инфраструктурата што од своја страна има позитивен економски и социјален ефект за руралните средини;
- туризмот им дава можност на руралните домаќинства да си ја подобрат финансиската состојба со дополнителни приходи;
- се зачувува и зголемува станбениот фонд. Голем дел од станбената површина во руралните средини е неискористена. Со давањето под наем на таквата површина се остварува добивка и се помага во

¹¹⁹Сенић, В., "Улога услуга у развоју руралног туризма и заштити животне средине", XI Мечѓународни научни скуп "Власински сусрети 2005", Зборник радова 2, Београд, 2006 стр.185

- нејзиното одржување. Се инвестира во обновувањето на зградите и нивната функционална пренамена; и
- дел од сопственото производство на руралните домаќинства се реализира под формата на приготвени јадења и директна продажба.

Интересни се резултатите од истражувањето спроведено помеѓу Херфордширските фармери¹²⁰. Со тоа се илустрира значењето на туризмот за локалното население и се прецизираат факторите кои помагаат во нивната определба за ваква дејност. Резултатите од истражувањето се следните: 30% од домаќинствата се надеваат на зголемување на годишните доходи, 20% да ги компензираат намалените доходи од селското стопанство, 16% да ги искористат целосно своите живеалишта, а 25% сакаат да уживаат во дружењето со туристите. Ползата од развивањето на руралниот туризам не е само економска. Освен реализирањето на приход, комуникацијата на домаќините со туристи од различни земји, допринесува за збогатување на културата и отворање на нови хоризонти. Се усвојуваат дополнителни познавања и умеења во областа на услужувањето – дочекување, приготвување на храната. Се појавува потребата од изучување на странски јазици, подобро запознавање на локалната историја, традиции и обичаи. Редица истражувања покажуваат дека во руралните средини работната сила е нискоквалификувана и тешко би ја променила својата квалификација заради напреднатата возраст.

3.4. Атракции

Атракциите се една од најважните компоненти во туристичкиот систем. Тие се главна мотивација за туристички патувања и се јадрото на туристичкиот производ. Атракцијата е карактеристика за област која е место, простор или фокус на активности и ги има следните улоги¹²¹:

1. Привлекува посетители и е раководена од локалното население;
2. Нуди забава и пријатни искуства и овозможува пријатен начин посетителите да го поминуваат своето слободно време;
3. Развиена е за да го реализира својот потенцијал;

¹²⁰Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.51

¹²¹Swarbrooke, J., “The development and management of visitor attractions”, Butterworth-Heinemann, 2002, p.3 (pdf)

4. Нуди задоволство на своите посетители;
5. Обезбедува соодветен број на објекти и услуги, кои ќе ги исполнат потребите и интересите на своите посетители; и
6. Може, но не е задолжително да се наплатува за влез.

Фестивалите како атракции помагаат за изградбата и изразувањето на културниот идентитет на локалната заедница, а туристите кои се во потрага по автентични доживувања можат да ги пронајдат во рамките на фестивалот¹²².

За разлика од отуѓувањето на луѓето што е карактеристично за градовите, селото нуди социјална средина во која тие се познаваат, се поздравуваат и меѓусебно се почитуваат. Внимателниот однос со почит кон личноста се уште не е изгубен - во селата постои посебен вид на комуникација (обичај да се поздравува, да се започнува разговор). Песните, игрите, борбите, трките се друг израз на селската култура. Во градските атракции, особено во спортските натпревари, учесниците се поделени на две групи: активни учесници и пасивни гледачи. За разлика од тоа, на селските празници пасивни гледачи нема. Сите што имаат желба можат да земат учество, особено во борбите, пеењето, игрите и ората.

Во земјите со голема урбанизација јакне интересот за традиционалните манифестации во селата и малите градови, нудејќи му учество на секого, например гаѓање со домати, бркање со бикови (Шпанија), натпревари во јадење на пица, влечење на санки со помош на кучиња, тегнење на камиони, карневали итн. Руралните атракции дополнително се збогатуваат со личните способности на некои учесници – мајтапчији, ороводец итн. Улогата во атракциите се определува не само по претходно подготвени сценарија, туку и со импровизации каде што доминираат личните квалитети, а гледачите спонтано ги поздравуваат учесниците.

¹²²Picard, D., Robinson, M., ed., "Festivals, Tourism and Social Change: Remaking Worlds", Channel View Publications, 2006, p.229 (pdf)

3.5. Исхрана во руралната средина

Руралниот туризам претставува можност за запознавање со националната кујна на државата-домаќин и начин за подобро запознавање со културното наследство, традициите и обичаите¹²³.

Во земјите на ЕУ, постојат различни објекти кои нудат исхрана во руралниот туризам¹²⁴:

- Фарми гостилници – се мали објекти за исхрана во склоп на фармата. Најчесто поголемиот дел од сервираните јадења се продукти кои се произведени на фармата. Така се дополнува дејноста на стопанството и се зголемува добивката со понудата на производи спремни за консумација;
- Маса за гости или селска маса – храната се сервира во трпезаријата на куќата на домаќинството. Обично се нудат традиционални специјалитети и има само едно мени. Оваа форма на исхрана во праксата на многу држави од ЕУ не треба да ги исполнува законските услови кои важат за рестораните. Кај масите за гости има ограничување за максималниот капацитет, најчесто до 15 луѓе. Во Франција процедурата за регистрација на маса за гости е многу едноставна. Сопственикот треба да се регистрира во трговскиот регистар, да ја пријави дејноста во општината, да пополни документ за ветеринарните и санитарните власти и добива бесплатно лиценца за понуда на храна и пијалаци. Овие објекти ги исполнуваат основните хигиенски норми кои не се многу ограничувачки;
- Дегустација во фарма. Во оваа форма се нудат одбрани специјалитети само за дегустација. Целта е да се рекламираат производите на соодветниот регион. Оваа форма е најчесто поврзана со посета на фармата, винарската визба или некоја друга форма на забава. На овој начин производството на фармата може да биде оценето подобро и да се зголеми продажбата на истото; и

¹²³Крџева, В., “Гостоприемство на дома и селиштето”, Бургаска асоцијација за еколошки и селски туризъм, Логос Принт, Бургас, 2006 стр.66

¹²⁴Атанасова, М., Кънева, К., Атанасова-Чолева, М., “Развитие на селски и аграрен туризъм в някои страни на Европа и Америка”, Авангард Прима, София, 2006 стр.32

- Постојат и други форми за понуда на храна како: традиционални ресторани, скара, рибник, бистро со автентичен карактер за определен регион, пикник и др.

Со зголемување на конкуренцијата помеѓу туристичките дестинации, локалната култура станува се позначаен извор на нови производи и активности за привлекување и забава на туристи. Гастрономијата има особено важна улога во тој процес, не само поради фактот што храната е во средиштето на туристичкото искуство, но и поради тоа што гастрономијата претставува составен дел од идентитетот во постмодерното општество¹²⁵.

Според Visentin, значаен тренд е оној кој ги поврзува локалните производи со нивното место на потекло – идејата дека одредена храна или вино можат да бидат целосно уживани и “разбрани”, само ако се подготвените од каде што потекнуваат, од локалното население и со локални состојки¹²⁶.

Исхраната во рурална и особено во домашна средина исто така може да излезе надвор од функциите поврзани единствено со задоволување на физиолошките потреби. Естетската сласт од храната е поврзана со визуелното прифаќање на послуженото. Јадењата треба да се сервираат во посебни садови, врз покриена со традиционална покривка маса. Новите вкусови и ароми, како и специфичните јадења треба да бидат поврзани со поводот за нивното послужување – видовите празници и нивните ритуали. Заедничкото приготвување на храната од домаќинот и гостинот, одамна претставува атракција за туристите и го збогатува престојот во селската куќа.

Над 50% од интервјуираните туристи потврдиле дека купиле или дефинитивно планираат да купат храна и пијалаци како сувенири на нивниот празник, а помалку од 10% изјавиле дека не се заинтересирани за тоа¹²⁷. Поради ова, а и во интерес на нашето истражување би сакале да го потенцираме значењето на еден специфичен вид на туризам – гастрономскиот. Храната се

¹²⁵Hjalager, A.M., Richards, G., ed., “Tourism and gastronomy”, Routledge, London, 2002, p.3 (pdf)

¹²⁶Sidali, K., Spiller, A., Schulze, B., ed., “Food, Agri-culture and tourism - Linking local gastronomy and rural tourism: interdisciplinary perspectives”, Springer, 2011 (pdf)

¹²⁷Sims, R., “Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience”, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 17, No. 3, 321–336, 2009, (pdf)

смета за дел од културата. Руралните средини можат да извлечат полза од културните вредности и елементите на гастрономскиот туризам преку брендирање. Гастрономскиот туризам вклучува посета на примарни и секундарни производители на храна, фестивали на храна, ресторани и карактеристични локации каде што храната или искуството (атрибутите) на специфична област за производство на храна се примарна мотивација за посета.¹²⁸

3.6. Институционална рамка

Национални организации за туризам постојат во повеќе од 100 земји. Светската туристичка организација (WTO) во 1996 г. го ревидирала буџетот на 109 вакви организации. WTO ги дефинира Агенциите и нивните подружници на следниот начин¹²⁹:

1. Национална агенција за туризам е дефинирана како:

- Централно административно тело со административна одговорност за туризмот на високо ниво, односно централен управувачки орган со овластувања за директна интервенција во туристичкиот сектор; и
- Сите административни државни органи кои имаат овластувања да направат интервенции во туристичкиот сектор.

2. Други владини или административни органи од понизок ранг. Пример е Националната туристичка организација, позната како Национална туристичка канцеларија, која се дефинира како: “Автономно тело од државен, полу-јавен или приватен статус, основан или признаен од државата како орган со надлежност на национално ниво за унапредување, а во некои случаи и маркетинг на туризмот”.

¹²⁸Hall, M., Sharples, L., “Food and wine festivals and events around the world: development, management and markets”, Butterworth-Heinemann/Elsevier, p.67 (pdf)

¹²⁹Jeffries, D., “Governments and tourism”, Butterworth-Heinemann, 2001, p.10 (pdf)

3.6.1. Централна власт

Голем број на држави го гледаат руралниот туризам како економски лек, охрабрувајќи развој преку грантови и други форми на поддршка¹³⁰. На национално ниво развојот на руралниот туризам влегува во делокругот на Министерствата и Државните агенции за туризам. Генерално овие институции се занимаваат со вршење на дејности за: контрола и регулирање на туристичката дејност, собирање информации за гранката, приготвување национална стратегија за развој на туризмот (на алтернативниот туризам), подготвување национална туристичка реклама и др.

Државите на различни начини го стимулираат и помагаат руралниот туризам за да постигнат некоја одредена цел, најчесто тоа е регионалниот развој¹³¹. Во Јапонија (слично како и во Германија) на пример, постои Закон за руралниот туризам (донесен 2005 г.) кој им дава поголеми ингеренции на регионалните центри (бидејќи секој регион има свои карактеристики). Во регионалните центри постојат посебни одделенија кои се занимаваат со рурален туризам. Во регионот Јамагучи во ваквото одделение се вработени 5 лица. Нивната улога е да ги применуваат законските одредби преку¹³²:

- давање на информации, консултации и координација на дејностите;
- регистрација на домаќинства, лица или организирани групи на лица кои сакаат да се занимаваат со оваа дејност. Пред да бидат регистрирани, на кандидатите им се врши проверка согласно законските прописи и потоа им се издава решение за работа;
- собирање на годишни извештаи од домаќинствата, лицата и организациите за нивната работа;
- помагаат во рекламата на руралниот туризам преку издавање на брошури, материјали, известувања за јавноста, одржување на централна веб страна на која е претставена понудата на сите кои се занимаваат со руралниот туризам и

¹³⁰Beeton, S., "Community development through tourism", Landlinks Press, 2006, p.163 (pdf)

¹³¹Butler, R., Hall, M., Jenkins, J., ed., "Tourism and recreation in rural areas", John Wiley and Sons, 1998, p.103

¹³²Пенерлиев, М., "Селски туризъм – състояние, проблеми и тенденции", Фабер, 2009 стр.53

- со помош на Универзитетите организираат семинари, работилници, обуки, предавања со цел зголемување на квалификацијата на локалното население и развој на руралниот туризам.

3.6.2. Локална самоуправа

Развојот на руралниот туризам носи економска полза не само за населението во руралните средини, туку и на самите општини како административно територијални единици. Повеќето рурални општини имаат скромни приходи во буџетите и развојот на руралниот туризам на нивна територија допринесува за зголемување на приходите од такси, данок за земјиште и данок за недвижен имот. Освен тоа, развојот на руралниот туризам помага за решавање на проблемот со невработеноста во руралните региони и особено во пограничните општини, каде што таа е најголема. Аплицирањето и добивањето на проекти за меѓугранична соработка, финансирани од ЕУ, им даваат можност на општините да го развиваат руралниот туризам. И покрај тоа што руралниот туризам има скроман економски ефект, тој остава алтернатива за зголемување на приходите и вработеноста.

Локалната самоуправа е исправена пред тешката задача да се грижи за одржувањето и развојот на инфраструктурата. Од примарно значење за развој на туризмот се изградбата на соодветни патишта, снабдување со електроенергија, чиста вода за пиење, канализација и телекомуникации. Од друга страна, во деновите со зголемена посета на туристите постои ризик од загадување и уништување на природната средина, бидејќи општинските органи не можат да ги следат активностите на големиот број туристи. Потребно е да се вршат периодични анализи на состојбата на животната средина во руралниот регион за да можат да се превземаат адекватни мерки за нејзина заштита. Сите овие дејности се финансираат од општинскиот буџет.

За организирањето на руралниот туризам потребни се големи инвестиции не само за одржување туку и за доизградување на локалната инфраструктура. Тоа дополнително го оптоварува буџетот на општината. Но расходите, направени за развојот на руралниот туризам се оценуваат како долгорочна инвестиција поврзана со користење на локални и регионални вредности

(природни, културно историски, етнографски и др.), затоа што развојот на руралниот туризам има свое влијание не само врз определена општина, туку и на целиот регион. Како резултат од зголемениот интерес на жителите од големите градови за сочуваниите традиции во руралните средини, се појавува потребата од постоење на отворени простори за практикување на разни видови спортови, игри и културни дејности. При организирање и развој на руралниот туризам на општинско ниво, потребно е локалната самоуправа да вложи максимални напори и тоа за:

- стимулирање на транспортот;
- зачувување на специфичната архитектура и традиции во реонот;
- зачувување на природната средина;
- искористување на малите простори во руралните средини;
- максимално искористување на локалната работна сила и
- зголемување на квалификациите и јазичното познавање на локалното население.

Развојот на руралниот туризам е поврзан со територијален и временски достап до населеното место. Во таа смисла, многу е важна националната транспортно комуникациска мрежа и нивото на техничката инфраструктура во населбите и одделните селски стопанства, како и близината до граничните премини. Општинската администрација е задолжена за одржување на следното:

- патната инфраструктура и патните знаци;
- грижа за природните ресурси;
- зачувување на културно-историските и археолошките споменици;
- осветлување во населеното место;
- одржување на хигиената;
- комплетна визија за населеното место (преку одобрени детални урбанистички планови) и
- реклама и информација за понудениот рурален туристички производ.

Овие одговорности на општинската администрација се утврдени со закони, кои директно или индиректно го помагаат развојот на туризмот. Во услови на постојана промена на нормативните уредби, се наметнува потребата од давање

на информации и други услуги на руралните домаќинства кои се занимаваат со рурален туризам. На таа база се предвидува постепена реорганизација на локалните органи во ЕУ, со што локалните власти би требало да се грижат за следното:

- привлекување на инвеститори;
- определување и стимулирање на руралните домаќинства да развиваат туризам;
- спроведување контрола на квалитетот на туристичкиот производ кој се нуди во туристичките објекти (за сместување, исхрана и забава) и
- обука на руралните домаќинства со цел понуда на рурален туристички производ соодветен на зголемените барања и потреби на туристите.

Прашања за дискусија:

Кои се факторите за постоење и развој на руралниот туризам? Кои се природни, а кои антропогени фактори? Колку вида на можности за вработување во туризмот постојат? Што е рурална средина? Какви можат да бидат објектите за сместување во руралниот туризам? Кои се карактеристиките на селската куќа и двор? Какви објекти за исхрана постојат во руралниот туризам? Каква е улогата на централната и локалната власт во развојот на руралниот туризам?

Вежби: Студија на случај Слоу Фуд¹³³

Слоу Фуд (Slow Food) е глобална, не-профитна организација со членови и подржувачи насекаде во светот, кои го поврзуваат задоволството и добрата храна со обврската кон нивната заедница и животната средина. Промовирана како алтернатива на брзата храна, Слоу Фуд настојува да ги заштити традиционалните и регионалните кујни, да го поттикне земјоделството со растенија, семиња и добиток карактеристични за локалниот екосистем и производство на храна чија технологија е базирана на знаењето на локалното население. Своите цели за здрава храна и промоција на локалните мали

¹³³ <http://slowfood.mk>

производители се обидува да ги реализира преку агенда, насочена против глобализација на земјоделските производи. Основана од Карло Петрини во 1986 год. во Италија, Слоу Фуд денес претставува интернационално движење со преку 100.000 членови од 160 држави во 1300 локални организации (конвивиуми). Организационската структура е децентрализирана: секој конвивиум има лидер кој е одговорен за промоција на филозофијата на Слоу Фуд преку промовирање и поддршка на локалните занаетчи, фармери, готвачи преку локални и интернационални настани како работилници, дегустации, саеми и пазари. Седиштето на организацијата е во Бра, мало гратче во близина на Торино, северна Италија. Организацијата денес организира повеќе меѓународни настани, а има и своја издавачка куќа, која има зад себе бројни изданија на неколку јазици.

Слоу фуд своето поле на работа го фокусира на:

- Зачувување на биодиверзитетот во земјоделството, ги поддржува и промовира малите производители на одржлива храна и локални и автентични производи, како противтежа на масовното производство и глобална трговија со индустриски произведената храна.
- Развивање мрежи и ги вмрежува во Тера Мадре светската мрежа, на тој начин давајќи им право на глас на малите фармери и производители на храна, состанувајќи ги заедно со готвачите, експертите и младите за да разменат знаење и да дискутираат како заеднички да го подобрат системот за храна. Состаноците се одржуваат на глобално, регионално и локално ниво.
- Едукација за храна и вкус, со обука на сетилата со цел повеќе луѓе да го разберат и ценат задоволството од храната, да ги отворат очите кон светот. Да разберат од каде доаѓа храната, како е произведена и од кого, да се издигне нивната свест, да се отворат нови пазари и случат позитивни социјални промени.
- Скратување на синџирот на дистрибуција на храната и поврзување производителите и конзументите преку локални манифестации и пазари

организираны од конвивиумите, на кои се презентира одржливото земјоделство и занаетчиските производи од храна можат да купат производи и добијат информации за производите директно од производителите. Некои од главните светски настани за храна: Salone del Gusto (Салонот на Вкусот) во Торино, Cheese (Сирење) во Бра, Slow Fish (Слоу Фиш) во Џенова, Terra Madre (Мајка Земја) светска конференција на заедниците за храна од целиот свет. Последниве години Слоу Фуд развива и еден уникатен проект под името Earth Market (Пазар на Фармерите).

Слоу фуд своите цели на делување, со поддршка од Слоу Фуд Фондацијата за биодиверзитет, ги остварува на локално и меѓународно ниво, преку:

- Работа на најразлични проекти, во кои се вклучуваат членовите и волонтерите на локалниот конвивиум, со вклучување на локалната заедница, производителите, училиштата, рестораните, локални власти и други. Овие проекти во нивната реализација опфаќаат низа активности од теренски истражувања на биодиверзитетот, преку едукација на децата до основање на пазари на фармерите.
- Водење на кампањи. Слоу Фуд промовирајќи „добра, чиста и правилна храна“, континуирано води кампања за јакнење на свеста на конзументите, за тоа која храна е најдобра за нив. Преку кампањите се промовираат малите производители и локалните производи, а од друга страна се актуелизираат прашањата поврзани со храната, како ГМО, одржливото конзумирање на риба, примената на сурово млеко во производство на сирење, суверинитет на храна, одземањето и пренамената на плодната почва, преку кои се нагласуваат широк спектар на размислувања - културни, социјални, економски, еколошки и гастрономски.
- Организирање на настани кои се случуваат секојдневно ширум светот, од локални организирани во рамки на конвивиумите, до најголемите интернационални настани како „Салоне дел Густо“, „Тера Мадре“, „Слоу Фиш“ организирани од централната организација. На овие настани

секојдневно се слават и промовираат производителите на вкусна храна, кои воедно се грижат за животната средина и луѓето, спојувајќи ги задоволството и одговорноста. Овие настани овозможуваат да се зајакнат врските меѓу производителите и конзументите, да се сподели концептот на „добра, чиста и правична храна“ и да се спојат заедно по важните прашања кои поврзуваат различните учесници во системот на храна. На овој начин производителите од различни региони и земји можат да разменат искуства за предизвиците и проблемите со кои се среќаваат при секојдневното производство.

Која е целта на Слоу фуд? Дали постоењето на ваква организација во нашата земја е позитивно за развојот на руралниот туризам? Дали произведувачите на храна од руралните средини треба да се приклучат кон ова движење? Какво е вашето мислење во однос на промоцијата на локалната гастрономија преку Слоу Фуд?

Домашна задача:

Карневалот во Вевчани како атракција за привлекување на туристи и развој на руралниот туризам.

3.6.3. Невладини организации

Според Thomas, “третиот сектор” или невладините организации ја пополнуваат празнината која државата и приватниот сектор ја оставиле и се поголем број на вакви организации соработуваат со локалното население во развојот на туризмот¹³⁴.

Станкова смета, дека колку и да е убава некоја рурална средина и колку и да располага со атракции, сепак луѓето се тие кои го развиваат туризмот¹³⁵. Според авторката, во руралните средини кои сакаат да привлечат туристи

¹³⁴Butler, R., Hinch, T., ed., “Tourism and indigenous peoples: issues and implications”, Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2007, p.206 (pdf)

¹³⁵Станкова, М., “Форми на алтернативен туризъм – Селски туризъм”, УНСС, София, 2003 стр.27

локалното население треба да биде обединето околу таа идеја, а за тоа да се оствари постојат неколку начини:

- создавање на неформални иницијативи и комитети;
- формирање на нестопански организации;и
- формирање на заеднички трговски друштва.

Здруженијата во Канада се создаваат како по иницијатива на самите членови, по принцип **“од доле нагоре”** (from the bottom up) така и со помошта на локалните власти, т.е. **“од горе надолу”** (from the top down). По иницијатива на членовите создадено е здружението “Mistahaya” во 2000 г., со број на членови кој варира од 8 до 12. Иницијативата за формирањето се појавува по затварањето на рудникот за јаглен во тој регион (Британска Колумбија), со што дел од жителите биле принудени да бараат нови можности за работа. Здружението му ја дава на локалното население самостојноста и можноста да го управуваат сами својот бизнис. Од рудари тие се претвораат во менаџери.Здружението е специјализирано во областа на екотуризмот. Неговите членови имаат обврска да ја зачуваат околината и принципите на екотуризмот. Како последица на тоа членовите се откажале од некои дејности кои ги нарушуваат тие принципи, како лов и возење скутери на снег. Наместо тоа се прават излети со пешачење, се прават тури за запознавање со дивата природа, се практикува јога.Основната цел и првостепена задача на здружението е да направи колективен маркетинг на туристичките услуги кои се нудат од неговите членови. Во почеток тоа се прави со изработка на веб страна и издавање на рекламни брошури, а понатаму здружението изработува општ пакет за тури и екскурзии и нуди административни услуги на своите членки со што би се намалиле индивидуалните расходи¹³⁶.

Во Италија во 1999 г. функционираше околу 236 здруженија кои се специјализирале главно во областа на културно-историскиот туризам. Главните сфери на делување се насочени кон: управување на објекти со културно-историско наследство кои се наоѓаат во близина на урбаните региони, поддршка на објекти за сместување во места со културно-историско значење, спроведување на обука за зачувување на околината поврзано со посета или

¹³⁶Атанасова, М., Кънева, К., Атанасова-Чолева, М., “Развитие на селски и аграрен туризъм в някои страни на Европа и Америка”, Авангард Прима, София, 2006 стр.23

престој во природните паркови и резервати, подготовка и понуда на пакет од туристички услуги.

Здруженијата се мали по големина, а во просек имаат по 23 члена. Тие се во тесна врска со официјалните институции одговорни за животната средина и се обидуваат да се разликуваат од многубројните организации во таа сфера. Една од целите на здружувањето во иднина е производство на земјоделски производи со посебен осврт на еколошките производи. Друга цел е развој на “социјалната економија”, т.е. помагање на возрасни и инвалиди со цел намалување на ексклузијата.

Во Грција здруженијата се формирани главно од жени, а нивната дејност е насочена кон изнајмување на соби и производство на ракотворби. Во нивната работа се соочуваат со многу проблеми и ограничувања. Важен факт е дека тие воглавно се формираат со помошта на државните или локалните институции т.е. по принципот “од горе надолу”. Тешкотиите произлегуваат од тоа што членовите на здружението го немаат потребното образование и умешност, а младите луѓе не покажуваат интерес за бизнисот на своите родители. Недоволно е развиен и маркетингот на нивните производи. И покрај тоа здруженијата им даваат нова улога и поголема самостојност на жените, а нивната готовност да работат колективно е многу важен фактор за постоењето и развојот на туристичките здруженија.

3.7. Инфраструктура

Според Napagan, елементите на руралниот туристички производ формираат **пет “А”**, (по првите букви на елементите на англиски јазик) а имено¹³⁷:

- сместување (accommodation);
- достапност (access facilities);
- расположливи услуги (available services);
- места за одмор (amenities); и

¹³⁷Станкова-Данева, Г., “Структура на продукта на селскиот туризъм, издръжки и цена на негови елементи”, Дисертация, Институт по аграрна икономика, София, 2005 стр.34

- активности (activities).

Недостатокот на кој и да е од овие елементи не само што би го влошило квалитетот, туку може да ја доведе во прашање самата понуда на руралниот туристички производ. Во тој смисол, покрај постоењето на соодветна патна мрежа, модерен транспорт и превозни средства, треба да постојат и:

- современи комуникации;
- здравствена заштита;
- благовремено трговско снабдување;
- чиста околина;
- високо образовно ниво;
- добри јазични познавања на вработените во туристичката дејност;
- адекватен маркетинг; и
- реклама и функционални регионални туристички организации.

Горенаведеното не е само пожелно, туку и задолжително. Општопознато е дека недоволно развиената инфраструктура во местото на живеење и местото на работа, е една од главните причини за намалување на квалитетот на селско-стопанскиот труд и за недостатокот од млади луѓе, како и за непрекинатиот миграционен процес од селото кон градот децении наназад. Активната улога на централната и локалната власт во поглед на подобрување на инфраструктурата во руралните региони, би помогнала да се намалат наведените негативни тенденции. Општествениот ефект од развојот на руралниот туризам се изразува имено во подобрување на инфраструктурата на руралните региони.

3.7.1. Социјална и производствена инфраструктура

Според Статев, најчесто користениот критериум за класификација на инфраструктурата е функционалниот, според кој таа се дели на социјална и производствена¹³⁸.

Социјалната инфраструктура треба да се разгледува како сложена севкупност, составена од поединечни подсистеми и дејности:

¹³⁸Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.64

- станбена изградба;
- образование, култура;
- здравствена заштита;
- спорт;
- одмор;
- туризам;
- трговија; и
- екологија.

Тие имаат за цел комплексно опслужување на различните човечки дејности и потреби, со цел да се создадат услови за неговото комплетно изградување како личност и неговиот социјален развој. Елементите на **социјалната** инфраструктура се:

- државните институции и оние на паричниот трансфер: општина, општински совет, банки, штедилници, осигурителни компании и др.;
- трговските објекти за услужување на населението: слаткарници, ресторани, барови, продавници и др.;
- градежништво (објекти за “живеење”: станбени комплекси и станбени згради од државен и приватен станбен фонд;
- образовни институции: училишта, универзитети, библиотеки, читални и др.;
- здравствени институции: болници, поликлиники, кабинети за здравствени консултации и др.; и
- објекти за одмор, спорт, рекреација и туризам: одморалишта во склоп на кои има објекти за исхрана, стадиони и спортски сали, планинарски домови, ски лифтови и др.

Често на туристите кои престојуваат во руралната средина потребни им се такси, рент а кар, интернет услуги и др. Ваквиот вид услуги се класифицираат како елементи на производствената инфраструктура и се насочени кон олеснување и збогатување на престојот на туристите. Како елементи на **производствена** инфраструктура можат да бидат наброени уште:

- транспортно комуникациски системи: патишта, магистрали, пристаништа, аеродроми;
- трансферно информации системи: телефонска мрежа, телекомуникациска и радио мрежа, електронска мрежа, интернет мрежа и др.;
- водоводна мрежа, чување, снабдување со вода и канализација, вештачки езера, водопади и др.;
- електродистрибуција - електроцентрали со тврдо течно гориво и атомски погон;
- складишта – гаражи и обезбедени објекти; и
- ремонтни и градежни бази, работилници за одржување на основните и производствените објекти.

Изградбата на производствената инфраструктура во руралните средини може да биде финансирана по линија на структурни фондови на ЕУ. Европската комисија предвидува тие проекти да се од поголем обем. На пример се гради пречистителна станица за отпадни води, која би ја пречистувала водата за неколку мали населби, меѓу кои може и да има, но не е задолжително да има среден или голем град. Улогата на локалното население во тој случај е најизразена во пронаоѓање на соодветно лоби на ниво на централна и локална власт и добра координација и соработка на општинско ниво помеѓу соседни територијално-административни единици.

3.8. Безбедност

Безбедноста во областа на туризмот се изразува како конкретен однос на општествената заедница и угостителско-туристичките организации кон безбедноста на туристите, туристичките објекти и другите туристички вредности¹³⁹.

Определената степен на безбедност при патување и престој во руралните средини е важен фактор, елемент на руралниот туристички производ кој го тера туристот да избере или да не избере дадена дестинација. При патување или престој во различно од постојаното место на живеење, тоа чувство во човекот е

¹³⁹Спасески, Ј., Аслимоски, П., “Безбедност во туризмот”, ФТУ, Охрид, 2005 стр.60

посебно изострено. Од гледна точка на руралниот туризам постоењето на безбедност во руралната средина е важна претпоставка да се реализира едно од најважните очекувања на туристот – да може да се рекреира и да се ослободи од секојдневниот стрес и несигурност.

3.9. Програми на Европската Унија

Филозофијата на програмирањето на структурните фондови на ЕУ е информацијата да започнува од долу нагоре (bottom up приод). Успехот зависи исклучиво од степенот на ангажираност на локалното население и неговото активно учество во процесот на планирање. Една од програмите на ЕУ е LEADER. Основната цел е потпомагање на руралниот развој. IPARDe програма која го поддржува интегрираниот развој т.е. (обновување, реконструирање и структурно приспособување на згради за целите на руралниот туризам, популаризирање и рекламни дејности за него, подобрување на терени и создавање на услови за одмор и спорт, спортски риболов, планински велосипедизам, изградба на екопатеки, создавање и модернизирање на контролирани зони за лов и др.).

Друга програма е програмата PHARE која што овозможува проекти за развој на руралниот туризам. Со оваа програма се финансираат проекти кои што индиректно го потпомагаат развојот на туризмот во руралните средини. Согласно програмата пограничните општини можат да аплицираат за проекти од PHARE, а финансиските средства од тие проекти можат да го помогнат развојот на руралниот туризам во споменатиот тип на општини.

Во Европската Унија постојат три концепции за руралниот туризам:

- Руралниот туризам ги опфаќа сите туристички дејности во руралните средини;
- Руралниот туризам се совпаѓа со туристичката дејност надвор од масовните туристичките дестинации; и
- Руралниот туризам е поврзан со определена средина и простор.

Врз основа на овие концепции, ЕУ ја реализира својата туристичка политика за развој на руралните средини. Финансиската добивка на овој вид

туризам се реализира главно преку селско стопанската иницијатива и предлагање на различни програми од кои најпознати се LEADER и LEADER-1, INTRREG и INTERREG-1. За развивање на руралниот туризам се користат 50% од буџетите на овие програми.

Освен горе споменатите програми, ЕУ изготвува проекти како SPRITE. Овој проект бил создаден да го анализира и развива потенцијалот за подобар интегриран рурален туризам во послабо развиените региони на Европа¹⁴⁰.

3.10. Туристички водичи

Речниците го дефинираат водичот како некој кој го покажува патот или некој кој ги води другите на патување или тура. Водењето е една од најстарите професии која се појавува уште во древноста со развојот на патувањата. Историјата на туристичките водичи е директно поврзана со туризмот и неговото минато, а денес претставува активност без која не би можело да се достави квалитетна услуга во организираните патувања или правилно да се долови впечатокот за местото кое се посетува.

Европскиот Комитет за стандардизација го дефинира туристичкиот водич како личност која води посетители на јазик по нивен избор и го интерпретира културното и природното наследство на некоја област, за која поседува информации¹⁴¹. Постојат два основни вида на туристички водичи: туристички водич (анг. tour guide) и туристички пратител (анг. tour manager).

Cruz ја прави следната класификација на водичите¹⁴²:

- Урбани водичи;
- Владини водичи;
- Возачи водичи;
- Бизнис и индустриски водичи;
- Водичи на авантуристички патувања;

¹⁴⁰Cawley, M., Marsat, J., Gillmor, A., "Promoting Integrated Rural Tourism: Comparative Perspectives on Institutional Networking in France and Ireland", Tourism Geographies, V.9, N.4, p.405–420, 2007, (pdf)

¹⁴¹Collins, V.R., „Becoming a Tour Guide: Principles of Guiding and Site Interpretation“, Thomson, 2000

¹⁴²Cruz, Z., „Principles and Ethics of Tour Guiding“, Rex Book Store, 1999

- Туристички пратители;
- Интерпретатори; и
- Доценти и волонтери водичи.

Постојат неколку елементи кои се карактеристични за сите видови на туристички водичи, а тоа се¹⁴³:

- Презентациски, комуникациски и интерактивни вештини;
- Вештини за услужување на клиентите (можност за работа со колеги и клиенти);
- Мултикултурна свесност и комуникативни вештини;
- Можност да ги следи здравствените и безбедносните процедури;
- Квалификација за прва помош;
- Вештини за управување на група и лидерски вештини;
- Познавање на локалните туристички вредности и туристичката индустрија; и
- Можност да истражува, да ја развива и надоградува турата.

Многу туристички водичи имаат посебни вештини, лиценци или посебни квалификации кои им овозможуваат да се занимаваат со оваа професија (во зависност од државата во која работат). Според Cohen, туристичките водичи се „брокери на културата“ поради нивната функција и медиаторска улога¹⁴⁴.

3.11. Туристички информативни центри

Туристичките информативни центри се места каде посетителите можат да се информираат за дестинацијата која ја посетуваат¹⁴⁵. Информациите им помагаат на туристите за подобро истражување и навигација низ местата во кои се движат. Печатени мапи, флаери, брошури, водичи и совети што да биде посетено и како да се ориентираат во просторот, можат да се добијат во овие

¹⁴³Lockwood, A., Medlik, S., eds., „Tourism and hospitality in the 21st century“, Butterworth-Heinemann, 2001

¹⁴⁴Jennings, G., Poloviz Nickerson, N., „Quality tourism experiences“, Elsevier Butterworth–Heinemann, 2006

¹⁴⁵Craggs, R., „Tourism and urban regeneration: An analys of visitor perception, behavior and experience at the Quays in Salford“, Management and management science research institute, Doctoral dissertation, 2008

центри. Најчесто овие центри се лоцирани на фреквентни локации и места каде има најголемо движење на туристи и се управуваат од страна на Државните туристички организации. Во Велика Британија постои добро развиена мрежа на вакви центри, кои нудат информации за туристите и на својата интернет страна¹⁴⁶.

4. Понуда на рурален туризам

4.1. Карактеристики

Туристичката понуда емошне хетерогена поради големиот број на производи и услуги што им се нудат на туристите и големиот број на носители на понудата¹⁴⁷. Иако е логично да се претпостави дека секоја личност е потенцијален корисник на услугите на руралниот туризам во некој период, обемот на руралните туристички производи и искуства е премногу голем за да може да биде генерализиран¹⁴⁸.

Истражувањата на Lassi направени во источна Финска во 2000 г., покажуваат дека претприемачите во руралниот туризам го дефинирале успехот со не-економски мерки. 92% од претприемачите ја гледале иднината на сопствената компанијата, како прилично позитивна и околу 70% имале за цел проширување и развој на бизнисот во блиска иднина. Но, мерките за развој биле повеќе квантитативно, а не квалитативно ориентирани. Успехот како претприемач за нив значел континуитет во работењето на фирмата, како и да им понуди на следните генерации можност за заработка¹⁴⁹. Иако е широко распространето разбирањето дека руралниот туризам е сектор во кој доминира бизнисот управуван од семејства и мали претпријатија, малку истражувањата се направени за да се увидат карактеристиките и целите на овие групи.

Важен фактор за определување степенот на економски развој на руралните средини, е природата на понудата во областа на руралниот

¹⁴⁶www.touristinformationcentres.com

¹⁴⁷Будиноски, М., "Истражување на туристичкиот пазар", Факултет за туризам – Скопје, Скопје, 2007 стр.22

¹⁴⁸Page, S., Getz, D., ed., "The business of rural tourism: International perspectives", International Thomson Business Press, 1997 p.17

¹⁴⁹Thomas, R., ed., "Small firms in tourism: international perspectives", Elsevier Ltd., 2004, p.120 (pdf)

туризам. Така на пример, англиските автори Slee, Farr и Snowdon спровеле истражување, кое го оценува влијанието на руралниот туризам врз развојот на руралните средини во зависност од понудата и распределбата на приходите од туризмот. Од добиените резултати, тие прават поделба на **два типа економски ефекти** во развојот на руралниот туризам¹⁵⁰:

- “тврд” ефект, туристите се сместуваат во објекти за престој, кои располагаат со релативно поголем капацитет и се во сопственост на надворешни за руралната средината претприемачи и
- “мек” ефект, обратно, сместувањето е во селски куќи, сопственост на домаќинствата, мали фамилијарни хотели и други објекти за сместување кои се во сопственост на претприемачи кои постојано живеат во руралната средина.

Разликата во двата економски ефекти е тоа што, кај “тврдиот” ефект добивката од продажбата на руралниот туристички производ се насочува надвор од територијата на руралната средина, но при “мекиот” ефект добивката останува во руралната средина, тоа е добивката на локалниот претприемач. Тој претприемач ќе ја зголеми употребата на стоки и услуги кои се произведени во регионот, ќе купи производи од локалниот пазар, со тоа ќе придонесе за просперитет и на други претприемачи од руралната средина, кои се занимаваат со дејности тесно поврзани со развојот на руралниот туризам. На овој начин економскиот ефект се “мултиплицира” во регионот и води до: зголемување на доходите на локалното население, намалување на безработицата и зголемување на животниот стандард во руралната средина. Ова е една од причините фондовите на Европската Унија да ги финансираат програмите и проектите, поврзани со помагање, изградбата и развојот на малите и средни претпријатија, бидејќи ги разгледуваат како основен инструмент за решавање на економските проблеми на регионите.

Поради недостатокот на друга гранка, која предизвикува економски растез во руралната средина, понудата на руралниот туристички производ постанува

¹⁵⁰Станкова-Данева, Г., “Структура на продукта на селскиот туризъм, издръжки и цена на негови елементи”, Дисертация, Институт по аграрна икономика, София, 2005 превземено од Stabler, M., ed., “Tourism and sustainability: Principles to practice”, CAB International, UK, 1997

јадро, околу кое гравитира понудата на стоки и услуги, произведени од други гранки на економијата. Ако гранката западне во криза и пазарот на руралниот туризам започне да стагнира, сите претприемачи кои се зависни од него ќе бидат во загуба.

Развојот на руралниот туризам е парадоксален во својата суштина. Преобразувањето на руралната средина во туристичка дестинација води до се поголема негова урбанизација и економски просперитет како резултат на што се обновуваат и развиваат руралните средини. Претставата на туристот за руралната средина е место за кое се карактеристични: депопулација, економска неразвиеност, лоша инфраструктура, низок животен стандард и др. Од друга страна туристот се потешко се лишува од комфорот и удобностите “градски тип” за време на престојот во руралната средина.

Овие противречности, очекувања и резултати треба да бидат детално анализирани и балансираани. Руралната средина треба истовремено да ги поврзе “идеалот” за селската едноставност и неопходната функционалност на објектите за престој, состојбата на инфраструктурата, транспортот и др. Со други зборови руралната средина треба да биде “центар” со карактеристики на периферија.

4.2. Искористеност на капацитетите

Зголемувањето на понудата во руралниот туризам се поврзува со растот на производството на основните и дополнителните туристички услуги во руралната средина, како и растот во производството и реализацијата на стоки и услуги во гранките кои се поврзани со туризмот. Ова води до економски развој на руралната средина, што автоматски води до отворање на нови работни места и повисока искористеност на капацитетите. Економскиот раст на руралната средина тешко може да биде прецизно измерен и анализиран, поради ограничениот број на соодветни методи за прибирање на информации. Постојењето на нецелосна статистичка информација во секој случај е подобра варијанта отколку недостигот на информација.

Еден од начините за собирање на примарни статистички информации е спроведување на специјализирани истражувања на:

- руралните домаќинства – кои нудат туристички услуги (ноќевање и исхрана) и
- туристите – непосредно пред напуштање на руралната средина, со цел да не биде заборавена дел од информацијата која е од интерес за истражувањето.

Друг извор на примарна статистичка информација се книгите за евиденција на гости кои ги водат претприемачите. Таа информација го вклучува потеклото на туристите, бројот на реализирани ноќевања и др. Врз основа на тие книги претприемачите се должни да ги внесат туристичките такси во општинскиот буџет согласно законските прописи.

За да може да се добие претстава за искористеноста на сместувачките капацитети во руралните средини, во земји со традиција во развојот на овој вид туризам, можат да бидат посочени официјално претставените податоци на Првиот конгрес за рурален туризам:

- Србија 5-8% средно, а во шпицот на сезоната достигнува од 15-18%;
- Полска 15%;
- Данска 22,47%;
- Австрија 27,4%;
- Литванија 50%;
- Велика Британија 60%;
- Холандија 70%; и
- Словенија 16,4%.

Од горенаведените податоци не може да се извлече општ заклучок за нивото на искористеност на капацитетите, кое го предизвикува развојот на руралниот туризам во руралните средини. Тоа се должи на големите разлики меѓу најниските и највисоките показатели. Причините за тоа можат да бидат пронајдени во следното:

- низок степен на интерес за практикување на соодветен вид на туризам од страна на туристите, граѓани на државата, во која се развива рурален туризам (внатрешен туризам). Причината е постоењето на

силна врска на оние кои живеат во големите градови (основна целна група за рурален туризам) со руралните средини. Во селата обично престојуваат нивните блиски, роднини и пријатели кои за ваквиот престој не плаќаат. Често престојувањето во руралната средина е поврзано со вршење на определен вид на селско-стопанска дејност или со приготвување на зимница. Таков тип на престој не може да биде определен како рурален туризам;

- почетната фаза на развој на овој алтернативен вид на туризам во држави со БДП помал од средниот за ЕУ (вклучувајќи ја и Република Македонија). Тоа резултира со недоволна понуда на селско-стопански активности во кои активно можат да се вклучуваат туристи. Недостигот на дополнителни дејности понудени во руралната средина води до ограничени можности за зголемување или за продолжување на престојот на туристите во него;
- недоволна информација околу понудата за туризам во руралната средина и
- оддалеченост на дестинацијата од основните емитивни пазари (т.е. од држави, чии што туристи, традиционално бараат рурални туристички производи во странство – најчесто Германија и Велика Британија). Обично таквите туристи преферираат понуди со престој во руралните средини за време на викендот. Поради неможноста од брз достап, руралната средина тешко може да привлече странски туристи.

4.3. Сезонско работење

Сезонското работење обично се смета за еден од **главните проблеми** поврзани со туристичкиот бизнис, кој предизвикува негативни економски ефекти, како и социјални и еколошки влијанија врз одредена дестинација. Волитературата некои автори се на мислење, декакај одредени видови на туристички дестинации постојат предности кои произлегуваат од постоењето на помала сезона, која е корисна на локалното население одсоцијален, еколошкии економски аспект¹⁵¹. На пример, во Северна Португалија, намалениот степен на

¹⁵¹Kastenholz, E., Almeida, A.L., "Seasonality in rural tourism – the case of North Portugal", Tourism Review, Vol. 63, N. 2, p. 5-15, 2008 (pdf)

економска зависност од туризмот, во комбинација со вредностите кои се подлежат на уништување (на пример природни и културни атракции), води до заклучок, дека постоењето на една добро дефинирана, но не екстремно кратка сезона е корисна и треба да биде зачувана.

Развојот на руралниот туризам по правило создава во руралните средини сезонска ангажираност. За жал сезонското работење не е пречка само за руралниот туризам, туку тоа е карактеристична црта и заосновната дејност на домаќинствата. Селско-стопанското производство зависи од природата, времето и многу често од политиката на државата. Комбинацијата од две сезонски дејности овозможува поголемо искористување на ресурсниот потенцијал на руралната средина и осигурување на постојана ангажираност на локалното население. Во врска со тоа, не треба да се дава приоритет на едната пред другата дејност, туку тие да се развиваат паралелно. Целта е да се пронајде начин за зголемување на сезоната со збогатување на понудата на руралниот туристички производ со што ќе бидат привлечени специфични целни групи од туристи.

Обидите да се продолжи туристичката сезона во руралните средини се многу и разнообразни:

- дејности поврзани со обука на возрасни и деца – пожелно е тие да бидат организирани во месеците помеѓу декември и март и во деновите во неделата (од понеделник до петок);
- дејности поврзани со запознавање со процесот на производство на традиционални продукти за руралната средина (вино, гастрономија, производство на млечни производи и др.) и
- организирање на фестивали и културни манифестации вон сезона.

4.4. Маркетинг во руралниот туризам

Маркетингот е уметност и наука за наоѓање, задржување и развивање на профитабилни клиенти¹⁵². Секогаш кога се користи поимот маркетинг, постои конфузија за неговото точно значење. Генерално, луѓето го објаснуваат

¹⁵²Котлер, Ф., Бовен, Џ., Макенс, Џ., “Маркетинг во хотелската индустрија и туризмот”, Дата Понс, Скопје, 2009 стр.12

маркетингот како продажба или рекламирање и малкумина го согледаат маркетингот како наука која вклучува: истражувања, проценката на потребите, анализата и планирање на цените, промоција, формулацијата на продукти и конечната распределба на потрошувачите на туризам. Во руралниот туризам, маркетингот треба да ја земе во предвид природата на производот кој го промовира.

Според Алексиева и Стамов, маркетингот во руралниот туризам зависи од тоа какви организации учествуваат во туристичката дејност, каков е нивниот однос кон специфичниот бизнис и како ги идентификуваат своите потенцијални клиенти. Маркетингот ги опфаќа сите елементи на туристичкиот производ, кои се консумираат од туристот, од моментот на напуштање на домот до моментот на враќање во него¹⁵³. Клиентот е централна фигура во маркетиншкиот процес кој вклучува:

- идентификување на потребите на клиентот (истражување);
- анализа на состојбата на пазарот (целни групи);
- интерпретирање на производот (планирање и создавање);
- определување на користа на производот за клиентот (цени);
- овозможување на достапност на производот (дистрибуција); и
- информирање и мотивирање на клиентот (промоција).

Маркетинг во туризмот подразбира систематска и координирана ориентација и бизнис политиката на туристичките организации на локално, регионално, национално и меѓународно ниво. Оваа ориентација има за цел најдобро можно задоволување на потребите на клиентите и остварување на добивка¹⁵⁴.

Според некои автори, стратешкиот сојуз е најсоодветната маркетинг и менаџмент опција за малите претпријатија кои се занимаваат со рурален

¹⁵³Алексиева, Ы., Стамов, С., “Специјализирани видови туризъм – Селски туризъм”, Кота, Стара Загора, 2005 стр.50

¹⁵⁴Blašková, M., Blaško, R., “Sustainable development of rural tourism through relations between customers and employees motivation”, Management theory and studies for rural business and infrastructure development, Nr. 15 (4). Research papers, 2008, (pdf)

туризам¹⁵⁵. Заедничкиот маркетинг е суштествена компонента на регионалниот развој. Кога претприемачите ќе го согледаат ова, ќе разбираат дека вистинската конкуренција не се соседските објекти за сместување, туку другите региони кои развиваат рурален туризам¹⁵⁶. Штом туристите ќе го посетат нивниот регион, тогаш претприемачите можат меѓусебно да се натпреваруваат за привлекување на клиенти¹⁵⁷.

За да може руралниот туризам успешно да се развива, потребно е понудениот рурален туристички производ да содржи во себе оптимален пакет од услуги, кои ќе поседуваат соодветни карактеристики и ќе одговорот на очекувањата на туристите. Тој производ треба да биде структуриран и рекламиран на соодветен начин и реализиран во оптимален обем, за да биде максимално економски поволен за тој што го предлага. За жал, руралното домаќинство не секогаш има таква можност, поради постоење на дополнителни ограничувања поврзани со дистрибуцијата во руралните средини.

Каналите за дистрибуција на руралниот туристички производ се разновидни – од директна продажба на производот, до продажби преку посредници, како туроператори и туристички агенции. Праксата покажува дека понудата на рурален туристички производ се сведува главно на директните продажби. Руралните домаќинства го продаваат производот директно на туристи кои дошле во руралната средина за прв пат или пак повторно го посетуваат населеното место, задоволни од претходниот престој. Значителен број на туристи прават избор на точно определена рурална средина по препорака на свои блиски и пријатели кои веќе престојувале таму.

На второ место, после директната продажба, за привлекување на туристи понудата се потпира на посредничките услуги на туристичките бироа (таму каде што постојат) и туроператори или туристички агенции. Природно руралните домаќинства кои ги користат специјализираните посреднички услуги примаат

¹⁵⁵Polo, A.I., Frías, D., "Collective Strategies for Rural Tourism: The experience of networks in Spain", Journal of Tourism Consumption and Practice, V.2, N.1, 2010 (pdf)

¹⁵⁶Knowd, I., "Rural tourism: panacea and paradox", Geography Teachers' Curriculum Workshop hosted by the University of Western Sydney, 2001 p.36-37

¹⁵⁷Beeton, S., "Community development through tourism", Landlinks Press, 2006, p.113 (pdf)

најголем број на туристи годишно (три до пет пати повеќе во просек од останатите).

Директните продажби најмногу се користат во Финска, Австрија, Словенија, Данска. Во некои од тие држави (на пример Австрија и Словенија) директните продажби изнесуваат скоро 95% од вкупните продажби. Основно, туристите во тие држави го користат интернетот за пронаоѓање на соодветни туристички места и правење на резервации. Дури и во држави како горе посочените, развојот на информатичката технологија во руралните средини е побавенотколку во градските. Причината за користењето на директните продажби во Хрватска е малиот број туроператори и туристички агенции кои нудат рурални туристички производи. Во Велика Британија причината е високата провизија на туроператорите (до 24% од резервацијата).

Постоењето на сопствена интернет страница (53% од интернет корисниците го користат интернетот при избор на дестинација¹⁵⁸) и онлајн резервациски систем на повеќето од национално претставените невладини организации се покажало како корисно за зголемување на понудата на руралниот туристички производ во одредени држави. Интернет резервациите претставуваат значителен дел од продажбите на руралниот туристички производ во Естонија, Холандија и Србија (до 55% од продажбите).

Дејностите со кои е овозможено постоење на соработка помеѓу руралните домаќинства и другите заинтересирани стопански субјекти за развој на руралниот туризам, можат да бидат систематизирани на следниот начин:

- дејности за реклама на одделен рурален туристички производ и на руралната средина како цело;
- дејности за правилно определување на стратегија при разработувањето на секој еден од понудените туристички производи во руралната средина;
- обезбедување на дополнителни финансиски средства; и

¹⁵⁸Prideaux, B., Moscardo, G., Laws, E., ed., "Managing tourism and hospitality services: theory and international application", CABI International, 2006, p.106 (pdf)

- обезбедување на актуелна информација (на руралното домаќинство) односно правила за остварување на туристичката дејност (правна, даночна, специјализирана).

Прашања за дискусија:

Што претставуваат и каква е улогата на невладините организации за развојот на руралниот туризам? Според Hannagan, кои се елементите на руралниот туристички производ кои формираат пет “А”? Што е социјална, а што производствена инфраструктура? Која е целта на програмите за развој на руралниот туризам во ЕУ? Каква е улогата на туристичките водичи во развојот на туризмот? Кои се двата типа економски ефекти во развојот на руралниот туризам? Во кои рамки се движи искористеноста на капацитетите во руралниот туризам во Европа? Кои мерки треба да се приложат за да се намали сезонското работење во руралниот туризам? Кои се каналите за дистрибуција на руралниот туристички производ?

Вежби: Студија на случај Штрумфовски рурален туризам во Андалузија

Малото шпанско селце Хускар доживеало драстичен раст на туризмот откако минатата година беше бојадисано поради снимањето на филмот “Штрумфови”. Андалузиското селце со население од околу 200 жители, примило околу 125.000 посетители по неговото впечатливо прешминкување минатата година. “Бројот на посетители не спласнува”, вели градоначалникот Давид Фернандез Тирадо. “Ако се исклучат студените, зимски денови, се случува токму спротивното - интересот е се поголем”. Жителите на градот изгласале да ја задржат препознатливата нијанса во декември минатата година, увидувајќи го туристичкиот потенцијал на новиот изглед на селото. За тоа, тие требале да побараат посебна дозвола од регионалната власт, како и од локалниот бискуп, со оглед на тоа што дури и црквата е обоена во сино. Претходно, куќите биле бели, што е карактеристика на градовите во андалузискиот регион. Првичната трансформација на Хускар се случила кога градчето било избрано за снимање на филмот “Штрумфови”, кој ја имаше својата премиера минатото лето. Градоначалникот Тирадо, исто така открил дека бизнисите цветаат како резултат на силниот интерес кој селото го побудува. Секој викенд и на секој

празничен ден, се одржува “mercaturfo” или “штрumpf-пазар“, каде на околу дваесетина тезги се продаваат штрumpfовски сувенири и штрumpfовски деликатеси. Според известувањата, селото Хускар има околу 2000 посетители секој викенд, што е околу десет пати повеќе од бројот на жители. Според градоначалниот, бајдисувањето ја “поттикнало локалната економија... среќата, бизнисите и можностите за вработување... како и популарноста на селото“. Сепак, тој нагласил дека не знае дали сината боја ќе осане трајно. Ако селаните посакаат да ја вратат бојата на куќите во бела, ќе се одржело ново гласање. “Ќе оставиме да видиме како ќе се одвиваат работите“, рекол тој¹⁵⁹. Ваков сличен пример, но не во такви размери, со користење на бои за привлекување на вниманието на туристите имаме и во нашата земја. Имено, вилата Лулу која се наоѓа на магистралниот пат кој ги поврзува Македонија и Бугарија, во близина на Крива Паланка ја има бојадисано карпата која се наоѓа спроти неа во формата на водопад и пејсаж од цвеќиња во размер од 30 метри квадратни¹⁶⁰.

Како ја оценувате оваа промоција? Дали ваква идеја би била успешно реализирана во нашата земја? Дадете неколку предлози за слична промоција кои би можеле да ги спроведат претприемачите во руралниот туризам во Република Македонија?

Домашна задача:

Кои се целите и активностите на информативно туристичкиот центар Маврово?
<http://npmavrovo.org.mk/?id=51>

4.5. Туристичка политика

Повеќето автори кои пишуваат за политиката на руралниот туризам се негативно настроени кон оваа тема, тврдејќи дека таму каде што постои конкретна политика, таа често е нецелосно разработена, нејасна, некоординирана и не интегрирана со други сектори и просторни мерки.

¹⁵⁹<http://www.karmakasha.mk/rubriki/patuvanja/item/4884-shtrumfovski-ruralen-turizam-vo-andaluzija>

¹⁶⁰ www.villa-lulu.com

Ваквататуристичка политика се среќава ретко. Нашето мислење е дека, стратегиите треба да бидат направени со огромно внимание, за да бидат опфатени локалните заедници и нивните деловни интереси. За жал, ова е малку возможно кај земјите во развој, каде што пристапот од горе-надолу се смета за неопходен при отпочнување или поттикнување на рурален туристички развој (типичен пример за тоа е Индија)¹⁶¹.

Доколку економските и социјалните проблеми на руралните средини се предмет на националните политики, а руралниот туризам се гледа како инструмент за постигање на економски растеж во регионални рамки, треба да бидат споменати следните две концепции:

- концепција на потчинетост на руралната средина – руралната средина се разгледува како пространство чија содржина зависи од тоа што ќе биде решено да се развива во неа. Таа концепција ја третира руралната средина како периферија (дополнување) на градската средина. Се потенцира нејзината зависност од градот. За неа е неизбежен процесот на урбанизација. Иднината се поврзува со пазарните механизми за развој на “тврд” туризам и
- концепција на доминирање на руралната средина – руралната средина се разгледува како пространство со сопствен облик и идентитет. Концепцијата ја третира неопходноста од зачувувањето на особеностите на руралните вредности, начинот на живот, односите и битот.

Под поимот “угостителска политика”¹⁶² се подразбира свесната активност на државата, односно општеството во областа на угостителството. Таа претставува свесна дејност на државата за развој на двете основни гранки на угостителството (хотелиерството и ресторатерството) и за развојот на сите видови на туризам. Основна задача на угостителската политика е да преземе мерки и активности со кои максимално ќе се активираат факторите за развој на

¹⁶¹Roberts, D., Hall, D., “Rural tourism and recreation: principles to practice”, CABI Publishing, UK, 2001, p.82 (pdf)

¹⁶²Ацковски, Н., Ацковска, М., “Економика и организација на угостителството”, ФТУ, Охрид, 2003 стр.253-275

угостителството и туризмот со цел да се зголемува угостителскиот промет и угостителската потрошувачка како и да подобрува нивната структура и квалитет. Директни носители и извршители на угостителската политика се:

- Претставничките органи на власта на сите нивоа (собранија, парламентите, одделните собори, домови, комисии и слично); и
- Извршните органи на управата (владата) на сите нивоа (секретаријати, министерства за туризам, комитети за угостителство и туризам, главни дирекции за угостителство и туризам на државно, регионално (кантонско), општинско, градско и слично ниво).

Индириектни носители и извршители на угостителската политика се:

- Посебни тела надвор од државната управа (комори од општини и посебни деловни здруженија);
- Општествени организации од областа на угостителство и туризам (туристички сојузи на сите нивоа, туристички бироа);
- Месни заедници; и
- Угостителски и други стопански и нестопански организации од областа на туристичкото стопанство кои на директен или индириектен начин учествуваат во задоволувањето на туристичките потреби.

4.6. Мерки наугостителската политика

За реализација на зацртаните цели на угостителската политика се применуваат разни мерки (инструменти, средства). Општо земено, сите инструменти на угостителската политика можат да се поделат во четири групи и тоа:

- Правни прописи каде главно спаѓаат: уставни одредби, законите, забраните, дозволите, решенијата, наредбите и слично;
- Административни инструменти каде главно спаѓаат: даноците, царините, таксите, придонесите, јавните заеми и другите јавни приходи и субвенциите (компензациите, дотациите, премиите, гаранциите, регресите и слично);

- Економски инструменти каде главно спаѓаат:плановите, програмите, резолуциите,фондовите, кредитите, обврзниците,парите, курсевите ицените и слично; и
- Договори и спогодби.

Повеќето европски држави го помагаат развојот на руралниот туризам со програми и проекти, **основно на два** начина:

- Директен – давање на наменски субвенции и преференцијални кредити, воведување на даночни олеснувања и др.; и
- Индиректен – организирање на курсеви за обука, извршување на консултантска дејност со преференцијални цени, спроведување на специјализирани истражувања на пазарот и др.

Праксата покажува дека директното финансиско стимулирање на туристичките претпријатија во краткорочен период дава позитивни резултати, но во долгорочен период тој тип на финансирање дава негативни резултати во конкурентната способност на гранката. Причината е нефлексибилноста на понудата на руралниот туристички производ, што рефлектира на способноста на пазарните механизми да дејствуваат правилно (без да има некаков тип на административно влијание на пазарот). Поради таа причина, основните напори на централната и локалната власт се насочени првенствено кон индиректното стимулирање на руралниот туризам.

4.7. Дополнителни дејностиво руралниот туризам

Под дополнителни дејности се подразбираат дополнителни туристички услуги кои можат да бидат понудени и употребени од туристите за време на нивниот престој во руралната средина. Руралниот туризам треба да го користи не само на локалниот, туку и регионалниот туристички потенцијал.

Видот на дополнителните услуги зависи од ресурсите со кои располага населеното место. Во некои рурални средини има одлични услови за возење на велосипед во планински услови, а во други за алпинизам т.е. располагаат со различни компаративни предности. Од бројот и разновидноста на дополнителните услуги во голема мера зависи и долготрајноста на престојот на

туристите во руралната средина. Вклучувањето на такви дејности во структурата на руралниот туристички производ им дава можност на туристите да се приближат до другите алтернативни видови и форми на туризам за кои овие дејности се основни, а за руралниот се дополнителни.

Според Статев, во руралните средини можат да бидат развивани следните **дополнителни дејности**¹⁶³:

1. Патувања:

- пешачки туризам – еко патеки, природни паркови и др.;
- јавање на: коњи, магариња, пони;
- патување со караван; и
- патување со моторно превозно средство – мотоциклизам, 4x4 ципови и др.

2. Авантуристички:

- скијачки походи;
- сноуборд (ski mountaineering, off-boarding, cross country skiing, snowshoeing);
- пешачење по снег; и
- сафари.

3. Водни активности:

- риболов;
- пливање;
- пловење со различни видови пловни средства;
- кану-кајак;
- сурфање;
- едрење по вода;
- рафтинг;
- нуркање; и

¹⁶³Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.97

- аквапаркови.

4. Воздушни активности:

- возење на моторни и безмоторни мали авиони;
- параглајдерство;
- падобранство; и
- балони со топол воздух.

5. Спортски активности во природна средина:

- качување по карпи;
- спортска ориентација;
- алпинизам;
- спалеологија; и
- искачување на водопади.

6. Спортски активности кои бараат прилагоден терен:

- тенис;
- голф;
- скијање; и
- спортски лов.

7. Културни активности:

- археологија;
- реставрација;
- геологија;
- орнитологија (наука за птиците);
- ботаника;
- набљудување на животни;
- преродбеничка архитектура;
- курсеви за занаетчиство;
- музеи;
- религиозни објекти и свети места;

- уметност;
- фолклорни групи; и
- патишта (на гастрономијата, на виното, на ракијата и др.).

8. Здравствени активности:

- фитнес;
- минерални бањи; и
- спа центри.

9. Специјализирани дејности:

- Фестивали; и
- селско-стопански изложби.

10. Работни средби:

- конференции; и
- семинари.

Некои автори го споменуваат користењето на народната медицина (по примерот на Индија и Кина) како дополнителна услуга во руралниот туризам¹⁶⁴.

5. Побарувачка на рурален туризам

Разбирањето на побарувачката е од фундаментално значење за туризмот. Без точни податоци кои се поврзани со моменталната побарувачка и онаа од минатото не би можело да се направи предвидување како таа ќе се движи во иднина. Тоа претставува пречка за државите, асоцијациите и претприемачите во руралниот туризам при креирањето на стратегиите, маркетингот и промоцијата и планирањето на инвестициите¹⁶⁵. Располагањето со податоци за побарувачката, некои автори го разгледуваат како конкурентна предност на дестинациите¹⁶⁶. Најопшто може да се каже, дека терминот “побарувачка на туристички услуги”

¹⁶⁴Станков, В., Станкова-Данева, Г., “Аграрен туризъм”, Аграрен Университет, Пловдив, 2008 стр.78

¹⁶⁵Sharpley, R., Sharpley, J., “Rural tourism: an introduction”, International Thomson Business Press, 1997 p.45

¹⁶⁶Маринов, В., Янева, В., Минковски, Р., Въжарова, М., “Мониторинг на туристическото търсене”, СУ, София, 2000 стр.7

економијата на туризмот го определува како однесувањето на купувачите на услуги¹⁶⁷.

При постоење на желба за развој на руралниот туризам прво треба да се даде одговор на прашањето: Дали би се барал рурален туристички производ во определена рурална средина и ако одговорот е позитивен, каков точно? Се уште е широко распространето убедувањето помеѓу претприемачите, дека штом ќе бидат изградени објектите во руралната средина, таа веднаш ќе почне да работи под полна пареа и ќе ги донесе замислените добивки. Можеби тој период бил прифатлив кон крајот на 60-тите години кога имало недостиг од објекти за сместување во руралните средини, но реализацијата на тоа сценарио денес крие опасност од неоправдани инвестиции, напори и надежи.

Ако руралниот туристички производ се ориентира кон задоволување на потребите на туристите тип “градски човек”, содржината на производот би претставувала комплекс од фактори (од објективен и субјективен карактер) кои во синтетизиран вид можат да бидат објаснети и поделени во неколку основни групи¹⁶⁸:

- економски фактори;
- социјални фактори;
- еколошки фактори;
- влијание на индивидуалноста;
- влијание на продавачите на руралниот туристички производ; и
- влијание на јавниот и невладиниот сектор.

Основните елементи на одделните групи фактори и влијанија кои што ја определуваат туристичката побарувачка можат да бидат класифицирани по следниот начин:

Во сферата на економијата:

- степен на економска развој;

¹⁶⁷Славейков, П., Найденов, К., “Икономика на туризъм”, СУ, София, 2009, стр.25

¹⁶⁸Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.82

- распределба на БДП;
- големина на доходите;
- транспортни трошоци;
- трговија;
- квалитет на живот; и
- курсови на валута.

Во социјалната сфера:

- вредности и норми;
- социјална политика;
- слободно време; и
- мобилност.

Од еколошки аспект:

- клима;
- природно географски услови;
- екологија;
- инфраструктура и цивилизираност; и
- услови за живот.

Индивидуалност кај туристот:

- внатрешен стремеж кон патување;
- љубопитност;
- стремеж кон усовршување;
- соединување;
- одмор и релаксација; и
- комуникации.

Во сферата на влијание на понудата:

- квалитет, производи;
- цена;
- канали за дистрибуција; и

- реклама.

Во сферата на дејство на владината политика:

- закони;
- девизна, визна либерализација и царинска политика; и
- меѓудржавни односи.

5.1. Мотивација за престој во руралните средини

Повеќето теоретичари на туристичка мотивација имаат тенденција да го користат **концептот** на "притисни" и "повлечи" факторите (push and pull factors). Првите се однесуваат на социо-психолошките мотиви, а вторите ги предизвикува самата дестинација, наместо да се појават кај туристот. Вообичаено "push" мотивите се користат за објаснување на желбата да се оди на одмор, додека "pull" мотивите се корисни за објаснување за изборот на дестинацијата¹⁶⁹. Како пример за "push" мотив може да послужи носталгијата, која е силен мотив при изборот на туристичка дестинација во руралниот туризам¹⁷⁰.

Туристичките мотиви даваат одговор на прашањето: Зошто луѓето патуваат? Тешко е да се определи врската помеѓу мотивите на поединецот и изборот на дестинација. Krippendorff ги определува следните туристички мотиви¹⁷¹:

- закрепнување и обновување на силите;
- социјална интеграција;
- бегство;
- комуникација;
- проширување на "хоризонтите";
- слобода и самоопределување;
- лична реализација; и

¹⁶⁹Crompton, J., "Motivations for Pleasure Vacations," *Annals of Tourism Research*, VI(4), 1979, p.408-424 (pdf)

¹⁷⁰George, W., Mair, H., Reid, D., "Rural tourism development: localism and cultural change", Channel View Publications, UK, 2009, p.7 (pdf)

¹⁷¹Pigram, J., Jenkins, M., "Outdoor recreation management", Routledge, 1999, p.228 (pdf)

- среќа.

Според Статев¹⁷², мотивите при избор на руралниот туризам како вид на одмор се следните:

1. Најсилниот мотив е заморот од динамичниот начин на живот во градските услови. Во големиот град човечкиот организам се троши побрзо поради постојаната напрегнатост, потребата од секојдневно патување на големи растојанија, проблеми во работата и семејството, недостиг на финансиски средства и др.;
2. Градежниот “бум” во последните децении и драстичното намалување на зелените површини во градовите резултира со зголемената потреба на луѓето од смирувачката атмосфера на природната средина, што ги мотивира да ги посетуваат руралните средини. Истражувањата покажуваат дека гледањето на зелената боја (зеленилото) дејствува смирувачки и релаксирачки врз човечката психа;
3. Една негативна последица од развојот на информатичкото општество е недвижењето. Современиот труд во поголемиот дел е умствен и се поврзува претежно со работа на биро или со компјутер. Недостатокот од движење ги мотивира повеќето луѓе да го искористат слободното време за практикување на спортови кои се поврзани со активности на отворено и се извршуваат во природна средина како на пример: алпинизам, спортски риболов, јавање и др.;
4. Љубовта кон запознавањето на земјата од страна на туристот е недоволно. Посетата на културни и историски знаменитости им дава можност на туристите да се најдат во еден друг за нив непознат свет. Запознавајќи го минатото, поголемиот дел од нив стигнуваат до заклучок дека “новото – тоа е добро заборавеното старо”. Споредбата на вредностите и стремежите од минатото и денес им дава можност на туристите духовно да се издигнат и ги мотивира да гледаат пофилософски на нештата од секојдневниот живот;
5. Потребата на човекот да ја почувствува природата во односите на луѓето околу себе. Старата народна мудрост вели дека “проблемите на

¹⁷²Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007 стр.91

луѓето доаѓаат од желбата за постигнување и поседување на се повеќе и повеќе”. Во големите градови, потребно е по секоја цена човек да постигне професионални успеси, да издигне максимално во кариерата и да заработи значителни финансиски средства. Во тој натпревар човекот е должен да го следи темпото и да се однесува во општеството не како што тој сака и разбира, туку како што му се налага. Тоа е силен мотив човек да преферира да отиде на место каде што ќе биде самиот себе;

6. Мотив за избор на руралниот туризам е и можноста, современиот човек не само мисловно да се пренесе во друг свет (како што е при посета на историско место), туку самиот тој да стане дел од него. Се разбира, туристот не може да доживее какво е рицарството денес, но возможно е вистински да се пренесе во селската идила и да се почувствува како типичен селски стопан макар и за неколку дена;
7. Човекот во големиот град е “статистичка единица”, “гласач”, “клиент”, а на село е “Иван петелот”, “Ѓорѓи глувиот” итн. Мотивот за бегството од анонимноста е особено изострен во последните години, бидејќи дури и на одмор во масовниот туризам човекот е просто еден од многуте во групата;
8. Големите црвени домати, кој оставени на отворено можат да не се расипат со недели, и разредените направени од млеко во прав кисели млека во супер маркетите, се сериозен мотив човек да посака да ужива во вистинската храна во природна рурална атмосфера;и
9. На последно место, но не последен по значење е мотивот човек да може да најде повод за да ја изрази својата индивидуалност. Вообичаено кога има семинари организирани во рурална средина на пример сите се изненадени како колешката која сите ја познаваат како студена и затворена жена до солзи ги насмеала во организираниот натпревар за раскажување на вицови.

5.2. Профил на туристите

Претприемачите кои се занимаваат со рурален туризам треба да размислат внимателно за видовите на посетителикоисакаат да ги привлечат (нивната целна група). Селекцијата треба да се базира на реални предвидувања

и добро познавање на пазарот. Таа треба да биде базирана на низа карактеристики, како: возраст, фамилијарна структура, приходи, интереси, локација на домот и мобилност. Како **примери** можат да послужат следните¹⁷³:

- Еднодневни посетители. Овој сегмент е многу важен и е во пораст во многу рурални области блиски на градовите. Квалитетот на инфраструктурата, транспортните врски, и менаџирањето на атракциите се клучни прашања за претприемачите;
- Посетители за краток одмор. Во голем дел од рурална Европа се зголемува бројот на кратките одмори за сметка на подолгите, а помалку пристапните области се најмногу погодени од оваа тенденција;
- Семејства. Популарноста на руралниот туризам кај семејствата се разликува, така на пример во Германија имаат најголем дел од пазарот на сместување на фарми. Меѓутоа, семејствата се повеќе се интересираат за квалитетот, како и за цената, барајќи добри објекти кои се склоп на безбедност и забава;
- Повозрасни граѓани. Руралните дестинации се популарни меѓу постарите возрасни групи кои уживаат во руралните традиции и спокојство. Во принцип, барањата на овој сегмент се поврзани со повисок степен на комфор;
- Лица со посебни интереси. Во оваа категорија влегуваат лица кои имаат специфични интереси како: велосипедизам, пешачење, гастрономија, локално наследство и др., кои понекогаш се и главна цел за посета;
- Образовни и други групи. Голем број рурални области се многу активни во овозможување групни посети, како за школски групи така и за групи на возрасни. Посетата е поврзана со теми од руралниот живот како: земјоделство, конзервација, културно наследство и сл.; и
- Лицата инвалиди. Во споредба со урбаните области и крајбрежните дестинации, руралните средини посветуваат помалку внимание на овозможување на услови за посетителите со инвалидитет. Ваквите лицасе важен сегмент, бидејќи често со нив патуваат негуватели и

¹⁷³“Towards Quality Rural Tourism: Integrated Quality Management (IQM) of Rural Tourist Destinations”, European Commission, Brussels, 1999, (pdf)

членови на семејството. Затоа, овозможување на ваквите лица да имаат пристап до рурална рекреација и објектите за сместување претставува важен предизвик при изготвувањето на туристичката понуда.

Бројноста на посети во руралниот туризам е повисока од средната за сите видови туризам. Руралниот туризам е практикуван како дополнителен одмор и тоа претежно за викенди. При избор на рурален туристички производ влијание има не цената, туку понудените услови, кое се објаснува со фактот дека целната група остварува доходи кои се над средното ниво за дадената држава.

6. Креативните индустрии во функција на руралниот туризам

Креативноста е дефинирана како "способност да се дојде до идеи и артефакти кои се нови, изненадувачки и вредни"¹⁷⁴.

Концептот на "креативните индустрии" за прв пат се појавува во Австралија во раните 1990-ти. Во почетокот овој термин се користел за да се опишат сите индустрии базирани на основа на креативноста и генерираат интелектуална сопственост, но овој опис понатаму бил сведен на индустрии кои имаат уметничка или културна содржина¹⁷⁵.

Во периодот помеѓу 40-тите и 80-тите години на XX век терминот "културни индустрии" се сметал за оксиморон¹⁷⁶, бидејќи се верувало дека зборовите "културна" и "индустрија" се некомпатибилни и со подложување на уметноста на надворешните економски рационалности се поткопување јзината автономија. Денес, училиштата за менаџмент ја воведуваат креативноста како модул во нивните редовни програми и вршат обемна истражувачка работа на оваа тема. Во една студија подготвена од страна на Smith (Оддел за култура, медиуми и

¹⁷⁴Chapain, C., De Propriis, L., "Drivers and Processes of Creative Industries in Cities and Regions", *Creative Industries Journal* 2: 1, p. 9–18, 2009 (pdf)

¹⁷⁵Henry, C., Johnston, K., "The Creative Industries: Ireland's New Tiger Economy?", *Irish Journal of Management*, V. 28, N. 2, 2007 (pdf)

¹⁷⁶Оксиморон (буквално значење - остроумна глупост) е стилска фигура којашто се создава со спојување на два противречни поими. Тоа е облик на едночлена антитеза внатре во реченицата. Пример: Светол мрак, врело студенило, скромна раскош, мудра будала и слично.

Оксиморон, кој на прв поглед делува глупаво и лудо - предизвикува внимание кај читателите и овозможува да се изразат специфични вредности. Изразува подлабоки согледувања на поимите од спротивставени агли. На тој начин се постигнува баланс на противречностите, со нивно спојување, а со тој контраст се добива колоритност на мислата

спорт) во Велика Британија, креативните индустрии се дефинирани како “оние индустрии кои се резултат на индивидуалната креативност, вештина и талент и кои имаат потенцијал да бидат извор на приход и создаваат работни места преку искористувањето на интелектуалната сопственост”¹⁷⁷.

Самата идеја ”креативни индустрии” не е производ на индустријата туку на историјата. Поради тоа што е историска категорија, оваа идеја варира географски во зависност од локалното наследство и околностите. Така на пример, креативноста во САД е управувана од потрошувачите и пазарот, додека во Европа е во резултатна традициите, национална култура и граѓанското општество. Идејата ”креативни индустрии” комбинира, а подоцна и преобразува два постари термини: креативните уметности и културните индустрии. На таков начин уметноста (културата) доаѓа во директен контакт со големите индустрии, како што се медиумите. Во тој аспект, медиумите имаат можност да влијаат и да ги променат основните културни структури на меѓународно ниво¹⁷⁸.

Конференцијата за трговија и развој при Организацијата на Обединетите нации (UNCTAD) ја прави следната класификација на креативните индустрии¹⁷⁹:

- Културното наследство. Определено е како почеток на секоја форма на уметност и е душата на културните и креативни индустрии. Во него се преплетуваат културните, историските, антрополошките, етничките, естетските и општествените аспекти. Оваа група е составена од две подгрупи: Традиционално културно творештво (уметност и занаети, фестивали и прослави) и места од посебно културно значење (археолошките локалитети, музеи, библиотеки, изложби, итн.);
- Уметности. Оваа група ги вклучува креативните индустрии базирани чисто врз култура и уметност. Во неа влегуваат две големи подгрупи: Визуелни уметности (сликарство, скулптура, фотографија и

¹⁷⁷“Creative Industries and Micro & Small Scale Enterprise Development: A Contribution to Poverty Alleviation”, Project XP/RAS/05/002 As a Joint Initiative by UNIDO and UNESCO (pdf)

¹⁷⁸Hartley, J., ed., “Creative Industries”, Blackwell Publishing Ltd, 2005, p.5 (pdf)

¹⁷⁹“The challenge of assessing the creative economy: towards informed Policy-making” Creative economy report, UNDP, UNCTAD, 2008, p.14 (pdf)

антиквитети)и изведувачки уметности (жива музика, театар, танц, опера, циркус, куклен театар итн.);

- Медиуми. Оваа група се состои од две подгрупи: Издаваштво и печатени медиуми (книги и други публикации) и аудио-визуелни (филм, телевизија, радио и др.); и
- Функционални креации. Оваа група се состои од креативни индустрии кои се ориентирани кон побарувачката. Поделени се во следните подгрупи: Дизајн (внатрешен дизајн, графика, мода, накит, играчки), нови медиуми (софтвер, видео игри и дигитализирани креативните авторски содржини) и креативни услуги (архитектура, рекламирање, културни и спортски настани, креативно истражување и развој).

Креативните индустрии допринесуваат за проширување на економскиот сектор, динамиката на индустриската соработка, како и за менување на состојбата на пазарот на трудот. На тој начин културата станува еден од најважните фактори за економскиот развој¹⁸⁰.

Креативноста претежно се разгледува како урбан феномен и една од детерминантите во развојот на градовите¹⁸¹. Според Флорида, градовите се врели казани на креативност. Тие веќе подолго време се главната движечка сила за мобилизирање, концентрација и канализирање на човечката креативна енергија¹⁸².

Во рамките на Европа, одделни региони и градови имаат избрано специфични креативни индустрии за промоција и развој (на пример, уметност и дизајн во Барселона, медиуми во Минхен, филм во Париз, реклама во Лисабон, мода и дизајн во Милано, музичка технологија во Стокхолм). Велика Британија е единствената европска држава која ги дефинира и им даде приоритет на креативните индустрии во националната политика¹⁸³.

¹⁸⁰Henry, C., ed., "Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective", Edward Elgar Publishing, Inc., 2007 p.9 (pdf)

¹⁸¹Lazzaretti, L., Boix, R., Capone, F., "Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain", Industry and Innovation, V. 15, N. 5, p.549–567, 2008 (pdf)

¹⁸²Florida, R., "Cities and the creative class", Routledge, New York, 2005 p.1 (pdf)

¹⁸³Foord, J., "Strategies for creative industries: an international review", Creative Industries Journal, V. 1, N. 2, 2008 (pdf)

Во Кина и Латинска Америка голем дел од креативните производи не успеваат да се поврзат со современите пазари, поради големото влијание на традицијата и тамошните културни вредности. Поради тоа, постои разминување меѓу културата и пазарните потреби. Комерцијализацијата на традиционалната култура бара чувствителност кон автентичноста, како и нејзина заштита од пазарот кој е преплавен со евтини имитации и фалсификати¹⁸⁴.

Во светот постојат различни дефиниции за поимот "креативна индустрија". Најголемиот проблем при детерминирањето на овој поим е непостоењето на единствено становиште кое би било заедничко за поголем дел од земјите¹⁸⁵. Тоа води до потешкотии при изготвувањето на статистички анализи, бидејќи во некои земји креативните индустрии се толкуваат во поширока смисла на зборот и вклучуваат повеќе дејности, за разлика од други каде бројот на овие дејности е помал. Во Европа не е широко прифатено користењето на поимот креативни индустрии¹⁸⁶. Организацијата Американците за Уметноста (Americans for the Arts) има земено многу конзервативен пристап кон дефинирање на креативните индустрии. Во нив ги вклучува само оние бизниси кои се поврзани со производството или дистрибуцијата на уметност¹⁸⁷.

Креативните индустрии се дефинирани како индустрии кои се инспирирани од културното и уметничкото творештво и имаат потенцијал да создадат економска вредност преку производство и експлоатација на интелектуалната сопственост. Поимот креативни индустрии опфаќа широк дијапазон на активности кои ги вклучуваат културните индустрии и сите културни или уметнички, научни, технички, технолошки продукции базирани на знаења и вештини¹⁸⁸. Во креативни индустрии спаѓаат следниве гранки: сценски уметности, архитектура, рекламирање, дизајн, мода, театар, филм, медиуми,

¹⁸⁴Cunningham, S., Keane, M., Ryan, M., "Finance and investment in creative industries in developing countries", Asia-Pacific Creative Communities: A Strategy for the 21st Century Senior Expert Symposium, India, 2005 (pdf)

¹⁸⁵Chu, J., "Museums and Creative Industries: a Myth in Taiwan", Department of Cultural Affairs. Taipei City Government (pdf)

¹⁸⁶Cunningham, S., "The evolving Creative Industries: From original assumptions to contemporary interpretations", 2003 (pdf)

¹⁸⁷"Creative industries 2005: The congressional report", Americans for the arts, 2005 (pdf)

¹⁸⁸Петковска, А. и ек. тим, "Мапирање на креативните индустрии во Република Македонија", Проект на Министерство за култура на Република Македонија и Британскиот Совет, 2009

музика, издаваштво, презентација на културното наследство, ликовна уметност, мултимедија и софтвер, културен туризам и уметнички занаети.

Врската меѓу културата и туризмот е од специфичен карактер. Таа врска води до создавање на посебен вид на туризам – културниот (анг. cultural tourism). Културниот или културолошки туризам не може да биде дефиниран со една кратка и едноставна дефиниција и како и самата култура, тој опфаќа многу аспекти од животот и вклучува разни видови човечки дејности¹⁸⁹. Промената од културни во креативни индустрии е во чекор следена од страна на туризмот. Тоа неминовно води до промена на користената терминологија. Во последно време се забележува користење на еден нов термин – креативен туризам.

Во тој контекст, треба да биде спомената дефиницијата за креативен туризам прифатена на Конференцијата за креативен туризам одржана во Санта Фе (САД): “креативниот туризам е туризам насочен кон автентично доживување, со земање учество или учење на уметност, наследство или специфичните карактеристики на даденото место”¹⁹⁰. Овој вид туризам им дава можност на туристите да го развијат својот креативен потенцијал и да земат активно учество во обуки и курсеви кои се карактеристични за местото во кое тие решиле да го поминат својот одмор. Во центарот на креативниот туризам се наоѓа културната автентичност.

7. Улогата на жената во руралниот туризам

Според извештајот на UNED-UK Project, туристичката индустрија е особено важен сектор за жените (46% од работната сила се жени). Според истиот извештај, во повеќето земји процентот на вработеност на жените во туризмот е повисок отколку во другите стопански гранки (34 - 40% се жени), а во земјите со развиен туризам, жените учествуваат со околу 50% во вкупната работната сила¹⁹¹.

¹⁸⁹Jelincic, D., A., “Abeceda kulturnog turizma”, Meandarmedia, Zagreb, 2009 str.70

¹⁹⁰Wurzbarger, R., ed. “Creative tourism, a global conversation”, The city of Santa Fe, 2010

¹⁹¹“Gender & Tourism: Women's Employment and Participation in Tourism”, UNED-UK project report summary, 1999

Ситуацијата на пазарот на трудот во сферата на туризмот е следната: постои значајна хоризонтална и вертикална полова сегрегација. Хоризонтално погледнато, жените и мажите имаат различни занимања - жените се вработени како келнерки, собарки, хигеничарки, во туристичките агенции претежно работат во одделот за продажби, стјуардеси и др. Мажите се вработени како бармени, градинари, градежни работници, возачи, пилоти, итн. “Половата пирамида” е широко распространета во туристичкиот сектор во пониските нивоа, а професиите каде постојат помалку можности за развој на кариерата се заземени од страна на жените, а клучните менаџерски позиции од мажите. Во литературата се среќаваат мислења поврзани со соодветноста за извршување на определен вид на работа во рамките на туризмот. Истражувања покажуваат дека, ваквата соодветност според работодавците подразбира две работи: прво, машките работни места не се соодветни за жени поради нивната физичка конструкција и второ, тие се несоодветни поради морални причини (како на пример ноќната работа)¹⁹². Развојот на туризмот и социјалните интеракции кои произлегуваат од него можат да доведат до промена на родовите односи на пазарот на трудот. Родовата поделба станува зависна и е под влијание на туризмот¹⁹³.

Извештајот на UNED-UK Project, констатира определена сексуална објективизација на жените кои работат во туристичката индустрија. Истражувањето покажува дека од жените се очекува да се облекуваат на “атрактивен” начин, да изгледаат убаво и покорно да служат на секоја желба на клиентите. Постои одреден стереотип при прикажувањето на жените во туристичките брошури и другите пропагандни материјали. Жените можат да бидат и предмет на специфични дискриминации во рамките на туристичкиот сектор. Постојано им се негираат позициите на лидерство и одговорност, претежно работат на ниско квалификувани и ниско платени работни места, претставени се како објект или дел од туристичкиот “пакет”. Од една страна, туризмот можеби ги крши правата на жените, но од друга во себе носи предизвик во поглед на промена на традиционалната улога и еманципација на жените.

¹⁹²Pritchard, A., et al., eds., “Tourism and Gender: Embodiment, Sensuality and Experience“, CAB International 2007, p.305 (pdf)

¹⁹³Sinclair, T., M., ed., “Gender, work and tourism”, Routledge, 1997, p.6 (pdf)

Жените можат да ја манифестираат својата независност преку вклучување во туристичката дејност - станувајќи дел од процесот на донесување на одлуки, како во нивните семејства, така и во локалните структури на власта. Тука не станува збор за “секс туризмот” и трговијата со жени, кои претставуваат најгрозорното кршење на човековите права и достоинство. Борбата против ваквите појави треба да биде приоритет во агендата на сите кои се инволвирани во туризмот. Подигањето на свеста на туристите и воведувањето на ефикасни правни мерки се меѓу клучните стратегии.

Во минатото, улогата на жените во руралните заедници била ограничена, поради фактот штотрадиционалните дејности како: земјоделство, шумарство и рударството биле машки професии. Жените ретко биле вклучени во локалната политика. Широката еманципација на жените, заедно со можностите кои ги нуди руралниот туризам, помогнале да дојдат до израз талентите и енергиите кои ги поседува женскотонаселение во руралната средина. Истражувањата покажуваат дека туристичките претпријатија ја зголемиле моќта на жените во рамките на семејството и заедницата.

Туристички иницијативи пројавени од локалните женски групи и задруги, може да бидат појдовна точка за вработување на жените. Постојат бројни примери каде вакви групи започнуваат активности за генерирање приходи самоиницијативно. Овие активности им помагаат на жените да станат финансиски независни, да развијат определени вештини и да ја подобрат својата едукација, што ќе ја зголеми нивната самодоверба и ќе им помогне да создадат рамноправни односи во семејствата и заедниците.

Искуствата од Шпанија, Грција, Франција, Велика Британија и Ирска покажуваат дека флексибилноста и отворениот ум на жените кон нови идеи и соработки помага во развојот и реализацијата на проекти во руралниот туризам. Во тој контекст, интересно е да се споменат трите основни цели кои ги има Движењето на јапонските жени-фармери¹⁹⁴:

¹⁹⁴Arahi, Y., “Rural tourism in Japan: the regeneration of rural communities”, Rural life Research Institute, Japan, 1998 (pdf)

- Да се рedefинира улогата на жените во општеството со негирање на традиционалните полови улоги на членовите на семејството;
- Да се зголемат приходите во домаќинството;и
- Да се зголеми бројот на пријателите и познаниците.

Развојот на руралниот туризам се одразува позитивно врз жените кои живеат во руралните средини, бидејќи на тој начин се запознаваат со нови луѓе и го прошируваат кругот на познаници, истовремено научувајќи за нови места¹⁹⁵.

Под раководство на европските програми како LEADER и PRODER, многу заедници во Шпанија имаат обезбедено економска поддршка за развој на проекти во руралниот туризам. Голем број од овие проекти се ориентирани кон тоа да се даде можност на жените од земјоделските семејства да остварат дополнително вработување и приход. Како резултат на тоа, значаен број рурални куќи за сместување се раководени од жени. Свкупно, присуството на жени-сопственици е значајно, а во некои случаи доминирачко.

Во продолжение ќе бидат посочени заклучоците од едно истражување спроведено во Шпанија кое има за цел да ја покаже улогата на жената во руралниот туризам:

- Жените сметаат дека работата поврзана со руралниот туризам е продолжение на домашните задолженија. Во одреден степен, тие се задоволни од извршувањето на овие задачи, бидејќи тоа им овозможуваат да остануваат дома, истовремено грижејќи се за своите семејства. Овие задолженија обично се зголемени за време на викендите и празниците;
- Остварените приходи се користат за потребите на семејството и секојдневните домашни трошоци. Општо земено, рурален туризам не се смета како “вистинска” работа, поради следните причини: Прво, затоа што нема голем придонес за вкупниот приход (околу една третина од приходот на домаќинството) и второ, затоа што жените не добиваат плата, туку несигурен приходи коиго дополнуваат семејниот

¹⁹⁵Momsen, J., Kukorelli, I., “Gender and rural tourism in Western Hungary”, Eastern European Countyside, N.13, 2007 (pdf)

буџет. Жените ја сметаат ваквата ситуација како “нормална”, бидејќи секогаш било така во земјоделските куќи; и

- Кога земјоделската дејност станува секундарна и главниот приход доаѓа од туристичката дејност, тогаш постои тенденција за професионализација на работата. Тоа може да биде направено со зголемување на бројот на соби, обезбедување на дополнителни активности, нови услуги или преку продажба на ракотворби. Во овој случај, кога има потреба за полно работно време, се јавува дилемата дали жената треба да се откаже од контролата врз бизнисот и да работи со скратено работно време, за да може да се грижи за семејството.

Резултатите од ова истражување насочуваат на помислата дека руралниот туризам не ги модифицира традиционалните машко-женски односи во руралните средини. Но, руралниот туризам и овозможува на жената да оствари приход без напуштање на куќата, а при тоа нејзината работа да е видлива за остатокот на семејството. Освен тоа, приходот доаѓа од извор надвор од нормалните земјоделски активности¹⁹⁶.

До слични резултати дошле и Mottiar и Laurincikova при нивното истражување во Ирска¹⁹⁷. И тука жените-претприемачи главно се мотивирани од потребите на својот дом и семејство, да го дополнат домашниот приход и да може да се грижат за децата.

Некои автори сметаат дека работата која се извршува во руралниот туризам може да биде поделена на¹⁹⁸:

- административна;
- работа поврзана со сместувањето; и
- дополнителни дејности.

¹⁹⁶Canoves, G., Villarino, M., Gerda, K., Priestley, A., Blanco, A., “Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution”, *Geoforum*, 35, (2004) p.755–769

¹⁹⁷Lynch, P., McIntosh, A., Tucker, H., ed., “Commercial homes in tourism: An international perspective”, Routledge, 2009, p.38 (pdf)

¹⁹⁸Brandth, B., Haugen, M., “Gendered Work in Family Farm Tourism”, *Journal of Comparative Family Studies*, 2007 (pdf)

Некои од нив се карактеризираат со традиционално родова поделба, додека други се пофлексибилни. Едно е сигурно – преку руралниот туризам позицијата на жената се подобрува и се зголемува нејзиното влијание во семејството, во споредба со позицијата која ја има во традиционалното земјоделско семејство. Во самото развивање на ваквиот бизнис, стремежот на жените за раководни функции придонесува за земање на централна позиција, а со тоа се менуваат традиционалните родови односи.

Како пример за ова може да послужи случајот со руралните жени од Непал, кои од секогаш биле активен учесник во економски активности. Со развојот на туризмот, некои од нив отвориле чајцилници и ресторани. Хотелската индустрија не им била непозната, бидејќи тие веќе биле вешти во угостителскиот бизнис и имале самостојност во донесувањето на решенија. Во најголем дел од планинските заедници, жените се ангажирани со готвење, раководење на локалните хотели и чајцилници, изработка на ракотворби, заштита на животната средина, културното зачувување, земјоделе итн.¹⁹⁹.

Холандското Министерство за земјоделство, рибарство и животна средина истакнува, дека жените играат важна улога во руралниот туризам и решаваат конфликти помеѓу различните функции на руралната средина. Според овој орган, идната политика треба да се фокусира на три цели²⁰⁰:

- интеграција на жените во органите за донесување на одлуки и советодавните тела;
- реализација на економската независност на жените; и
- зголемување на влијанието на жените во формирањето, користењето и управувањето на руралната средина.

Од жените во руралните средини се очекува да ги сочуваат традиционалните култури кое е позитивно за туризмот оди во прилог на сиромашните заедници. На тој начин, поради зголемената побарувачка се

¹⁹⁹Sherpa, Y., "Mountain Tourism: A Boon or a Bane? Impacts of Tourism on Himalayan Women", Women of the Mountains Conference, USA, 2007 (pdf)

²⁰⁰Kloeze, J., "Rural Tourism: A Gender Approach", 6th World Leisure Congress, Leisure and Human Development, Spain, 2000 (pdf)

поттикнува опстанокот на локалните занаети (производството на сувенири е работа која е најчесто вршена од страна на жените)²⁰¹.

Прашања за дискусија:

Повеќето европски држави го помагаат развојот на руралниот туризам со програми и проекти, основно на кои два начина? Кои се мерките на угостителската политика? Какви дополнителни услуги можат да се понудат во руралниот туризам? Кои групи на фактори ја определуваат туристичката побарувачка? На што се однесуваат "притисни" и "повлечи" факторите? Кои се туристичките мотиви за посета на руралните средини? Какви профили на рурални туристи постојат? Како го објаснувате креативниот туризам? Каква е улогата на жената во руралниот туризам?

Вежби: Студија на случај село Варвара²⁰²

Селото Варвара се наоѓа над Лешочкиот Манастир²⁰³ на надморска височина од 820м. До него води асфалтен пат во должина од 2 км, кој започнува од селото Лешок. Селото има 57 куќи, црквата Св. Петка и културен центар изграден со заеднички напори на селаните и донација на USAID/CBI, како и новиот водовод изграден со помош на USAID/CSHI. Културниот Центар е опремен со модерна трпезарија, кујна со ладилници, бања, санитарен чвор, дневна со ТВ, надворешна скара, како и четири соби за спиење со капацитет за 12 лица. Овој центар е достапен за користење на сите добронамерни луѓе кои сакаат да поминат викенд, одмор или да престојуваат за лов на падините на Шар Планина. Во склоп на Културниот центар има и продавница на сувенири

²⁰¹Nakata, M., Momsen, J., "Gender and tourism: gender, age and mountain tourism in Japan", Malaysian Journal of Society and Space, N.6, I.2, p.63 - 71, 2010 (pdf)

²⁰² <http://varvara.te.mk/>

²⁰³ Лешочкиот манастир е православен христијански манастирски комплекс, кој претставува најголем духовен центар во Тетовско. Манастирот е сместен во природен амбиент, збогатен со чист планински воздух во т.н. Горно Лешочко маало во селото Лешок, на надморска височина од 610 метри. Во комплексот се наоѓаат црквите „Св. Атанасиј“ и „Св. Богородица“, како и гробот и спомен собата на Кирил Пејчиновиќ кој е еден од најпознатите македонски преродбеници од XIX век. Во манастирските конаци има параклис посветен на светите Кирил и Методиј, додека надвор од манастирскиот комплекс има стара црква посветена на Атанасиј Александриски т.н. Стар Манастир. Манастирот за прв пат е основан во 1321 година од страна на Епископот Полошки Антониј. Комплетното заживување кое е видливо и денес се должи на доаѓањето на Пејчиновиќ од Света Гора, во 1818 година, кога се обновени манастирските конаци и кога е основана манастирската библиотека. Во тоа време Лешок прераснал во книжевен и просветен центар. Манастирските конаци денес се реновирани, располагаат со сместувачки капацитети и особено се погодни за летен манастирски туризам.

и ракотворби кои се произведуваат од страна на локалното население. Во селото има извор на света вода. Во планината се наоѓа голем број на дрва со коштани. Во близина на Варвара се наоѓа најмалиот етнолошки музеј на светот²⁰⁴ лоциран на пет километри северозападно од Тетово, во живописното село Џепчиште во подножјето на Шар Планина. За Варвара има изработено една туристичка брошура, а ноќевање по лице во овој објект чини 200 ден.

Наведете каков вид на креативен туризам би можеле да развиваат жителите на Варвара (занаети, гастрономија)? Како би го организирале креативниот туризам – реклама, програми?

Домашна задача:

Коментар на интернет страната: <http://santafecreativetourism.org/>

ГЛАВА II МЕЃУНАРОДНИ ИСКУСТВА ПОВРЗАНИ СО РУРАЛНИОТ ТУРИЗАМ

Денес, **малку** се земјите во светот кои немаат понуда на некои од видовите рурален туризам. Дури и во сиромашните земји во Африка, туризмот во руралните средини се прифаќа како една од малкуте алтернативни опции за развој²⁰⁵. Пример за ова се културните села во Сенегал (регионот Касаманце), кои

²⁰⁴ Музејот е со површина од само 7,2 квадратни метри и во овој простор се сместени 1.500 експонати хронолошки распоредени од VIII и V век п.н.е, до почетокот на минатиот век

²⁰⁵ Briedenhann, J., Wickens, E., "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream?", *Tourism Management*, 25, 2004, (pdf), p.71–79

биле изградени во 70-тите, а на почетокот на 1990-тите веќе имале 20000 посетители²⁰⁶.

Едно истражување за руралниот туризам во Бразил покажува дека 34% од општините го оценуваат и препознаваат овој вид на туризам како многу важен²⁰⁷. Во Кина постојат околу 2 милиони фирми кои директно или индиректно се поврзани со руралниот туризам²⁰⁸. Во САД и Канада широко се практикува кантри туризмот²⁰⁹, кој е пандан на руралниот туризам во Европа. Во овие земји руралниот туризам е претежно внатрешен, а не меѓународно ориентиран²¹⁰. Во Европа, поточно во Холандија, едвај 14% од поминатите одмори на фарми се направени од странски туристи, а во Франција овој процент изнесува 16%. Независно од тоа, владите на се повеќе држави, како Шпанија, Италија и скандинавските земји, прават напори за развојот на различните форми на рурален туризам, затоа што преку него се овозможува економски растеж на недоволно развиените рурални средини.

Во 1955 г. во Австрија е отворен првиот вински пат (Sudsteirische Weinstraße)²¹¹, а во 70-тите години австриските сопственици на 26 000 стопанства нуделе околу 114 000 соби за сместување со 230 000 легла²¹². Туристите ги изнајмувале собите или во куќите на сопствениците или во дополнително прилагодени за живеење објекти во стопанството. Дел од посетителите се сместувале во бунгалови или каравани. Во 1991 г. околу 80% од австрискиот домашен туризам е рурален²¹³.

Во САД, Канада и Полска за сместување на туристите се градат објекти од типот “**колиба**”, лоцирани покрај езера, реки или во шума. Во западните делови

²⁰⁶Weaver, D., “Sustainable tourism: theory and practice”, Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2006, p.39 (pdf)

²⁰⁷Campanhola, C., Graziano da Silva, J., “Tourism in the rural area as a new opportunity for small farmers”, Texto para Discussão, IE/UNICAMP, Campinas, n. 72, 1999, (pdf)

²⁰⁸Page, S., Getz, D., ed., “The business of rural tourism: International perspectives”, International Thomson Business Press, 1997 p.128

²⁰⁹Костов-Кинек, С., “За устойчиво развитие на селскиот туризъм”, Благоевград, 1996 стр.90

²¹⁰Маджарова, С., “Аграрен туризъм”, Университетско издание Стопанство, София, 2005, стр. 21-22

²¹¹Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macdonald, N., Cambourne, N., ed., “Food tourism around the world: Development, management and markets”, Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2003, p.150 (pdf)

²¹²Dernoi, L., “Farm tourism in Europe”, Tourism Management, V.4, I. 3, p.155-166, 1983, (pdf)

²¹³Breiling, M., “Rural Tourism: Experiences from Austria, Opportunities for Japan”, Japanese Rural Planning Society, Kinki Meeting, 2005 (pdf)

на САД се распространети **ранчовите** прилагодени исклучиво за рурален туризам. Во Европа успешно се развива луксузна форма на рурален туризам. За таа цел како објекти за престој се користат **дворци, замоци, куќи на благородници, манастири, воденици и други**. Тој вид на луксузен рурален туризам е мошне развиен во Франција, каде што синџирот на доброволен принцип “Реле и Шато”, обединува над четириесет замоци, благороднички куќи и воденици. Во последните години истото излегува надвор од француските граници и во моментот вклучува над 500 објекти низ целиот свет. Нивното гостопримство се засновува на стриктното придржување на уникатност по пет правила: карактер, љубезност, спокојство, шарм и кујна. Шпанија исто така развива луксузен рурален туризам во таканаречените “Парадорес”, кои што претставуваат реставрирани резиденции на некогашни шпански благородници. Овој синџир датира од 1928 год., денес е државен и брои 88 објекти. Во Португалија, слични објекти за престој се познати како “Паосадос”.

Освен горенаведеното, во сите европски држави се нуди одмор на селска фарма на која се одгледуваат животни и се извршуваатразновидни земјоделски дејности, а туристот задолжително зема учество во селскиот труд. Во последно време е многу модерно нивното преобразување во “еколошки фарми”, на кои се одгледуваат природни производи и во градбата се користат само природни материјали. Во Нов Зеланд се нуди рурален туризам во најразлични видови **фарми**:

- фарми за одгледување на овци;
- фарми за одгледување на крави;
- фарми за добивање на говедско месо;
- фарми за одгледување на елени;
- стопанства со овошни насади; и
- стопанства за производство на зрнеста храна.

Во Грција, Мексико и Карибскиот регион се развиваат **“задруги за рурален туризам”**. Тоа се форми на здруженија, кои се состојат претежно од жени²¹⁴. Екокампинзите се понова форма на рурален туризам и за нивната

²¹⁴Sharpley, R., Telfer, D., ed., “Tourism and development: concepts and issues”, Channel View Publication, 2002, p.181 (pdf)

изградба се користи автентичната рурална средина. Овие кампинзи нудат само еколошко чисти продукти и се изградени целосно од природни материјали. Транспортот се остварува со помош на животни. Самиот екотуризам (како еден од видовите рурален туризам) бележи постојан развој. Така, на Светскиот самит за екотуризам во 2002 г. (организиран од WTO) учествувале претставници од 132 земји од сите континенти на светот²¹⁵.

Во Швајцарија, луѓето од градовите редовно патуваат на село за да им **помагаат** на земјоделците за време на засилените земјоделски работи. Во Германија, Франција, Шпанија и други земји, жителите на големите градови, претежно луѓе кои во работата користат умствен труд, изнајмуваат селска куќа и живеат во неа една или две недели. Доколку изразат желба, туристите можат да им помогнат на домаќините во одгледувањето и исхраната на животните, како и со прибирањето на реколтата. Германското крајбрежје на Северно море нуди романтични рибарски села со стари куќи во типичен северен стил, кои привлекуваат многу посетители. Освен автентичната и чиста природа, на туристите им се предлагаат разни можности за практикување на водни спортови, прошетки и еколошки чисти храни од сопствено производство. Во Баварија и Шварцвалд многу фарми ги имаат отворено своите врати и нудат објекти за летни и зимски спортови. Гостите можат да научат да печат леб, да готват локални специјалитети, да научат занаети како грнчарство, ковачки и ткајачки занает.

Во Австрија целата област околу Салцбург, Горна Австрија и Тирол предлагаат фарми и села за **летен одмор**. Сите објекти се прилагодени за фамилијарен туризам и располагаат со паркови и игралишта за деца.

Модерниот рурален туристички производ започнал да се утврдува на пазарот во 1989 г. Од тогаш се забележува напредок во развојот, а идејата опфаќа обмислени и насочени потези кои водат квалитетна понудата на руралниот туристички производ. На институционално ниво, оваа идеја води до создавање на општа европска федерација, која ги обединува напорите на државите ангажирани со развојот на овој вид туризам. Членки на федерацијата

²¹⁵Buckley, R., "Case studies in ecotourism", CABI Publishing, 2003 (pdf)

при формирањето се девет држави – Белгија, Франција, Германија, Ирска, Исланд, Италија, Луксембург, Португалија и Унгарија. Во 1992 г., на меѓународна конференција во Унгарија се создава Сојуз за зелен рурален туризам за Централна и Источна Европа. Во Европската Унија, една четвртина од населението живее во рурални средини, а 80% од територијата е рурална²¹⁶. Валидни истражувања покажуваат дека секој четврти европски граѓанин сака да одмара во рурална средина. Во врска со тоа, Европската Унија го разгледува развојот на руралниот туризам како можност за напредок во економски неразвиените подрачја.

1. Руралниот туризам во Европа

1.1. Бугарија

1.1.1. Истражување во рамките на ЕУ

Не случајно согледувањата за состојбата на руралниот туризам во ЕУ започнуваат со Бугарија. Освен тоа што е соседна држава, постојат многу сличности во понудата на руралниот туристички производ. Разгледувањето на карактеристиките на руралниот туризам во Бугарија може да биде од полза за оние кои се занимаваат со рурален туризам во нашата држава. За постигнување на оваа цел избравме да ги прикажеме резултатите од **две истражувања**. Во првото се разгледани мислењата на граѓаните од пет европски држави за состојбата на руралниот туризам во Бугарија. Во второто се опфатени мислењата на жителите на град Софија поврзани со руралниот туризам во нивната земја.

Првото истражување дава интересна информација за тоа како повеќето Европејци ја доживуваат Бугарија како дестинација за рурален туризам. Истражувањето е направено во Германија, Португалија, Велика Британија, Шпанија и Романија. Според добиените резултати, факторите кои ги привлекуваат странските туристи се следните²¹⁷:

²¹⁶Ivona, A., "Farm tourism and rural development. A successful combination? A local experience", paper presented at the International Conference "Reinventing Regions in the Global Economy", Pisa, 2003, (pdf)

²¹⁷Станкова-Данева, Г., "Структура на продукта на селскиот туризъм, издръжки и цена на негови елементи", Дисертация, Институт по аграрна икономика, София, 2005 стр.103

- прекрасна природа - посочена од туристи од Германија, Велика Британија и Романија. Начинот на доживување на природните вредности и на руралните средини во Бугарија – убав пејзаж, разновидна флора и фауна и др.;
- културното и историското наследство – посочено од туристите од Германија, Португалија, Шпанија, Велика Британија и Романија;
- гостопримливоста – посочена најмногу од туристите од Велика Британија и Романија. Бугарската гостопримливост едногласно се оценува со позитивна оцена, особено што се однесува на населението во руралните средини;
- интересен фолклор – посочен од туристи од Велика Британија, Португалија и Германија. Важен фактор кој дава можност за продолжување на престојот на туристите;
- непозната дестинација – посочена од туристи од Германија. Доживување на руралниот туризам во Бугарија како еден предизвик;
- убаво вино – посочено од туристи од Велика Британија, Португалија и Романија;и
- одлични услови за зимски спортови – посочени од туристи од Велика Британија и Португалија.

Што се однесува до ограничувањата во развојот на руралниот туризам во Бугарија, од страна на испитаниците се посочени следните:

- недоволна информација – посочена од туристи во Германија, Велика Британија и Португалија;
- слабо развиена инфраструктура – наведена од туристи во Германија, Велика Британија и Романија. Фактот дека дури ни романските туристи не се задоволни од состојбата на инфраструктурата во Бугарија и ја поврзуваат претставата за руралниот туризам со лошите патишта е доста вознемирувачки;
- јазична бариера – посочена од туристи од Велика Британија. Стресот кој што човек го чувствува при посета на држава чиј што јазик не го владее не е за потценување. Заедничко е мислењето на странските туристи дека бугарското население во руралните средини не говори

странски јазици. Независно од тоа јазичната бариера им создава проблеми и на двете страни (домаќинот и гостинот);

- високо ниво на корупција – поврзано со општата претстава за Бугарија како корумпирана држава;
- “ниска цена - низок квалитет” - посочена од туристи од Германија, Шпанија, Велика Британија. Бугарскиот рурален туристички производ се третира како евтин од сите странски туристи (со исклучок на романските туристи кои сметаат дека е скапо);
- лоша хигиена – посочена од туристи од Велика Британија, Германија, Португалија, Шпанија. Основен проблем во Бугарија останува состојбата на санитарните јазли во селските куќи (обично се наоѓаат во селскиот двор), како и не постоењето на соодветно опремени бањи. Другиот проблем е поврзан со хигиената на објектите каде што се одгледуваат животни и уреденоста на селскиот двор;
- ниско ниво на општествена сигурност- посочена од туристи од Германија, Шпанија, Велика Британија;
- мал избор – ограничениот избор на објекти за престој и дополнителни дејности во кои што би можеле активно да се вклучат туристите за време на нивниот престој (посочен од туристи од Германија, Португалија и Шпанија);
- недостаток на интерес – посочен од туристи од Велика Британија и Шпанија; и
- оддалеченост на дестинацијата - посочена од туристи од Германија.

Истражувањето покажува дека поголемиот дел од странските туристи немаат намера да патуваат во Бугарија во блиска иднина со цел рурален туризам (посочено од туристи во Германија, Португалија, Шпанија и Велика Британија). Во моментот тоа противречи на очекувањата на поголем дел од бугарските претприемачи, кои развивајќи го руралниот туризам ги определуваат странските туристи како основна целна група.

1.1.2.Истражување спроведено во Бугарија

Едно истражување направено малку пред влегувањето на Бугарија во ЕУ, дава вредна информација за претставите на жителите на град Софија за престој

во руралните средини²¹⁸. Изборот на Софија не е случаен, бидејќи жителите на најголемиот град во Бугарија се сметаат за основната целна група побарувачи на рурален туристички производ. Очекувањата и видувањата на софиските граѓани за содржината на руралниот туристички производ е од примарно значење за неговото правилно структурирање. Поради таа причина, интересите и очекувањата на жителите на град Софија ќе бидат разгледани како општ одраз на желбите на бугарскиот турист кој претпочита практикување на рурален туризам во својата земја. Истражувањето го покажува следното:

При изјаснување на потрошувачките претстави за суштината на руралниот туризам 4% од потенцијалните туристи не можат да се ориентираат воопшто во суштината на руралниот туризам. 35% од нив не се убедени дека базата за сместување (селски куќи, хотели, кампинзи, одморалишта и др.) треба да бидат во сопственост на селското домаќинство. Тоа им дава можност на претприемачите кои не се од село да инвестираат во развојот на руралниот туризам и да предлагаат производ соодветен на претставите и очекувањата на тој широк круг на потенцијални клиенти. Претставата на едвај 16% од потенцијалните туристи се совпаѓа со вистинската суштина на руралниот туризам. Тоа автоматски означува дека само таа целна група може да пројави интерес кон формите на руралниот туризам како аграрен и фармерски туризам. Малиот број на потенцијални туристи кои што биле заинтересирани за автентичен рурален туристички производ ги ограничува можностите за комплетно користење на ресурсите на руралните средини во целина. Постојат потенцијални туристи кои имаат желба, но немаат претстава за можностите кои ги нуди руралниот туризам. Врз тие потенцијални корисници, може да се дејствува со спроведување на специјализирани кампањи со објаснувања и како резултат од тоа тие да бидат привлечени како реални корисници. Недостатокот од реална претстава за можностите кои што ги нуди руралниот туризам се потврдуваат од фактот што 23% од туристите го поврзуваат руралниот туризам со одмор во стара селска куќа. Тоа е една ограничена претстава која што може да биде реализирана во мал број на селски региони. Потенцијалните туристи кои не пројавуваат строги претензии кон местата за сместување се исто така 23%.

²¹⁸Станкова-Данева, Г., "Структура на продукта на селскиот туризъм, издръжки и цена на негови елементи", Дисертация, Институт по аграрна икономика, София, 2005 стр.80

На таа целна група и престои процес на формирање на претстава за руралниот туризам, при престојот на туристите во региони во кои активно се извршува селско-стопанска дејност. Од изложеното може да се заклучи дека за успешното развивање на руралниот туризам во Бугарија е неопходно вложување на значителни напори од страна на заинтересираните страни во насока на формирање и градење на јасна претстава за суштината и содржината на руралниот туризам. На база на така изградената претстава треба да се структурира и предложи соодветен туристички производ, кој во голем степен ќе гарантира совпаѓање на очекувањата на туристите со реалната состојба.

Бугарскиот турист како потенцијален потрошувач на руралниот туристички производ ги подредува по важност факторите кои влијаат врз побарувачката (од еден до десет):

1. постоење на зачувана природна средина;
2. нудење на дејности кои ги дополнуваат можностите за активен одмор во руралните средини како: лов, риболов, пешачење низ планината, возење со велосипед, јавање, собирање на билки и др.;
3. можности за запознавање на традиционалните занаети (резбарство, ткаење, грнчарство и др.), како и користење на технологија во процесот на производство;
4. постоење на културно-историско наследство;
5. добра состојба на патната инфраструктура до соодветната рурална средина;
6. сочувано битие и традиција (можности за контакти со семејството каде што се престојува);
7. посета на атракции карактеристични за руралната средина (панаѓури, селски борби);
8. луксузно опременост на објектите за сместување;
9. активно учество во селско-стопанска дејност; и
10. постоење на “градски тип” атракции (дискотеки, ноќни барови, луксузни ресторани).

Определувањето на зачуваната природна средина како најважен фактор го потврдува првостепеното значење на природните ресурси за развојот на

руралниот туризам, како и неопходноста од нејзиното чување и разумно користење.

На второ место, се посочено е дека дополнителни дејности се од големо значење за руралниот турист, кој има разновидни интереси и очекува за време на својот престој (да се вклучи активно во нешто што ќе ги збогати неговите доживувања).

Интересот за старите занаети во руралните средини е поставен на трето место. Истражувањата покажуваат, дека во многу од населените места во руралните средини тешко се наоѓаат луѓе кои би сакале и можеле да се бават со такви дејности, кое се должи на изумирањето на традиционалните занаети. Бугарскиот парламент има донесено закон со кој и дава право на Националната занаетчиска комора да издава свидетелства на мајстори занаетчи. Со нив тие добиваат право на регистрација во Националната агенција за приходи и можат да ја вршат својата дејност без да се регистрираат по трговскиот закон. Со олеснетиот регистрациски режим, Бугарската влада се надева дека ќе се засили интересот на младите луѓе за усовршувањето на автентичните занаети.

Рангираниот на четврто место фактор, кој е во врска со развојот на руралниот туризам (културно-историското наследство) добива се поголемо значење. За да можат руралните средини успешно да ја искористат можноста која им ја создава популарноста на археолошките објекти, потребно е спроведување на рекламни кампањи. Нивната цел би била насочување на туристичкиот интерес кон понудениот туристички производ во руралните средини каде се наоѓаат археолошките наоѓалишта. Потребно е и подобрување на условите за достап до историските објекти, кои во моментот се пречка за туристичките посети.

На петто место по важност е рангиран достапот до определена рурална средина. Состојбата на патната мрежа во повеќето рурални средини во Бугарија во моментот не може да се квалификуваат како добра патна инфраструктура. Тешкиот достап до определена рурална средина за едни туристи претставува неудобност, додека за други тоа значи помалку луѓе, автомобили и повеќе

тишина. Во моментов лошата состојба на патната инфраструктура, ниту му помага, ниту му пречи на развојот на руралниот туризам.

Зачуваното битие и традиција во руралната средина е поставено на шестото место. Запознавањето на специфичниот начин на живот во руралните средини е возможно единствено преку активни контакти со семејството на руралното домаќинство. Можноста за блиска комуникација помеѓу руралните домаќини и туристите е основна карактеристична црта на руралниот туризам. Од тоа пак, до кој степен домаќините се способни да остварат поблизок контакт со гостите, зависи целосното доживување на туристот и степенот на задоволство од престојот во руралната куќа. Праксата покажува, дека често тој факт е занемарен од страна на руралното домаќинство, што директно рефлектира врз квалитетот на туристичкиот производ.

Атракциите карактеристични за одредени рурални средини се наоѓаат на седмо место. Соодветни атракции секогаш биле основен фактор за привлекување на туристите. Очигледно посетата од страна на туристите е поврзана со определен интерес или со убедување дека за да се земе учество во одреден настан потребно е за тоа да се исполнуваат одредени услови или да се има талент.

На претпоследно место, потенцијалниот турист и потрошувач на руралниот туристички производ ги рангира можностите за активно учество во селско-стопанската дејност. Деветтото место на тој, основен за руралниот туризам елемент, ја покажува ниската популарност на селско-стопанскиот труд. Учествувањето во селско-стопанските дејности е соодветно за луѓе, чија професионална ангажираност е поврзана со работа која вклучува значителен умствен напор, недвижење (долг престој на биро или пред компјутер) и др. За време на престојот во руралната средина на такви туристи им се препорачува зголемена физичка активност, подолги прошетки во природата и неформални разговори. При анализа на понудите од туристичките агенции се добива впечаток дека многу мал дел од нив нудат учество во селско-стопански дејности.

Последното, десетто место, сосема природно е определено за “градски тип” атракција. Можеби причината за тоа е постоењето на дискотеки и други

ноќни атракции кои се контрапункт на основниот фактор – тишината и мирот што го бараат голем дел од целните групи на туристи.

1.2. Велика Британија

Според проценките на General Household Survey 3 и Countryside Recreation Survey 4, околу **75%** од населението во текот на годината прави еднодневна посета до рурална средина²¹⁹. Според публикуваните податоци, 39% од сите објекти за сместување во Англија се наоѓаат во рурални средини (тоа се околу 25 000 објекти за сместување)²²⁰. Руралниот туризам генерира околу 12 милијарди фунти годишно и 380 000 работни места²²¹.

Во Велика Британија, покрај европските програми за развој на руралниот туризам постојат и низа иницијативи и асоцијации на сопственици кои нудат дејности поврзани со руралниот туризам. Постепено се оформуваат три категории на алтернативни услуги: фарми со целосно услужување, фарми на самопослужување и фарми за кампување. Категоријата се регулира со систем за оценување со ѕвездички и се доделува од Британскиот туристички борд. Посебно место во европските програми зазема програмата поврзана со цел 5b: дејствувајќи во периодот 1994-1999 г., оваа програма финансирала 6 рурални региони со цел нивен економски развој. Преку таа програма, на фармерите им била дадена можност да добијат средства за капитални инвестиции и финансиска помош за обезбедување на маркетиншки програми во руралниот туризам.

Најголемата Асоцијација за рурален туризам - Farm Stay UK е основана во 1983 г., како The Farm Holiday Bureau. Составена е од 23 локални групи и поддржана од ADAS, Royal Agricultural Society of England, National Tourist Boards и Farmer's Weekly. Во 1986 г. ги печати првите промотивни материјали. Денеска брои над 1200 членови од цела Велика Британија²²².

²¹⁹Middleton, V., "Tourism in rural areas", Tourism Management, 3 (10), 1982, p.52-58

²²⁰"Rural and Farm Tourism", Publication, VisitBritain, 2004 (pdf)

²²¹Ilbery, B., Saxena, G., Kneafsey, M., "Exploring tourists and gatekeepers' attitudes towards integrated rural tourism in the England-Wales border region", Tourism Geographies, Vol. 9, No. 4, 441-468, 2007 (pdf)

²²²<http://www.farmstay.co.uk/> (15.10.2010)

Како успешен пример за рурален туризам може да биде посочена Alnwick Garden²²³. Оваа атракција,отворена во 2001 г. во рурална Англија, две години подоцнапривлекла 570 000 посетители годишно, кое е одлично постигнување (проценките на бизнис планот предвидувале дека, ќе привлекува околу 67 000 посетители годишно). Оваа атракција носи економски бенефит за целиот регион²²⁴.

При спроведеното специјализирано истражување наАнглиската комисија за развој на руралните средини во 1996 г.,бенефитот од туризмот може да биде:

- ширење на претприемачката дејност и конкурентската способност на локалниот бизнис;
- придонесува за зголемување на животниот стандард на руралната средина (обезбедува високо ниво на искористеност на капацитетите, го обновува традиционалниот бит и културниот живот во руралната средина, ги зголемува можностите за одмор и др.);
- ја диверзифицира понудата на услуги (здравствени, забавни, банкарски, транспортни и др.); и
- се подобрува состојбата на инфраструктурата и на околината во туристичката средина.

Во исто време, Комисијата констатира и редица негативни последици од развојот на туризмот во руралните средини како:

- зголемени цени на имотите;
- зголемување на сообраќајот;
- проблеми со паркирањето;
- зголемување на отпадоците; и
- загадување на околината во руралните средини.

²²³www.alnwickgarden.com (16.02.2011)

²²⁴Sharpley, R., "Flagship Attractions and Sustainable Rural Tourism Development: The Case of the Alnwick Garden, England", Journal of Sustainable Tourism Vol. 15, No. 2, 2007 (pdf)

Coles²²⁵, како добар пример за одржлив развој на туризмот во руралните средини на регионално ниво во Англија го посочува Eden Project²²⁶.

1.3. Германија

Во 2002 г. 4% од фармите во Германија нуделе дејности поврзани со руралниот туризам. Во последните неколку години, руралниот туризам се залага за одржлив развој преку културни дејности, продажба на еко производи, екскурзии за деца, традиционална кујна (за зголемување на квалитетот на исхраната). Во Германија, во 2008 г. имало околу 25 000 фарми кои се занимавале со руралниот туризам²²⁷. Во Источна Германија, основните дејности поврзани со руралниот туризам претежно ги извршуваат жени²²⁸.

Руралниот туризам во оваа земја се развива најмногу заради **конкуренцијата помеѓу регионите**. Секој регион се стреми да привлече туристи со својата специфичност и компаративните предности. Основниот корисник на руралниот туристички производ се семејства со деца и возрасни двојки, а основните дејности се поврзани со екскурзии. Сместувањето во фармите е ориентирано главно кон локалниот пазар. Успехот на руралниот туризам се должи најмногу на контролата на квалитетот која редовно се врши веќе 30 години. Според Friedrich, шопинг центрите (factory outlet centers) кои се наоѓаат во рурални средини се мотив повеќе за посета на руралната средина²²⁹.

1.4. Грција

Развојот на концепцијата за руралниот туризам започнува во 1980 г. со помош на европските фондови, кои Грција ги користи по влегувањето во ЕУ. Важно е да се истакне развојот на женското движење во руралниот туризам кое почнува да делува од 1983 г.(првото здружение на жени е формирано 1957 г. по

²²⁵Gössling, S., Hall, M., Weaver, D., ed., "Sustainable tourism futures: perspectives on systems, restructuring and innovations", Routledge, 2009, p.210 (pdf)

²²⁶www.edenproject.com (03.03.2011)

²²⁷Sidali, K., "Farm tourism: a cross-country empirical study in Germany and Italy", PhD dissertation, Georg-August-University, Germany, 2009 p.14 (pdf)

²²⁸Войнова, Й., "Селски туризъм", Университет "Неофит Рилски", Благоевград, 2008 стр.18

²²⁹Conrady, R., Buck, M., ed., "Trends and Issues in Global Tourism", Springer, 2007, p.109 (pdf)

иницијатива на Министерството на земјоделие²³⁰) и се изразува со продажба на селско-стопански производи на посетителите.

Земени заедно, LEADER I и LEADER II резултирале со генерирање на рурален туристички капацитет за сместување од 10 000 легла во земјата, а отвориле можност за 2 315 постојани работни места и 2 300 места за повремено вработување²³¹.

Во 1997 г. помалку од 0,5% од фармите или 895 предлагаат дејности поврзани со алтернативните форми на туризам. Развојот на гранката се спроведува со низа тешкотии – во Грција селско-стопанското производство е одделено од објектите за сместување (неколку километри). Тоа ја прави комбинацијата “престој – учество во производството” потешка за реализација.

Возраста на фармерското население има негативно влијание врз развојот на руралниот туризам и го прави потежок процесот на формирање на нови економски дејности какви што се во основа алтернативните форми на туризам. Во Грција овие услуги не наидуваат на посебен интерес, бидејќи повеќето од Грците ја зачувале како втор дом семејната кука на село и нив повеќе ги привлекуваат морските предели отколку оддалечените рурални средини.

Местата во кои преовладуваат алтернативните форми на туризам (895) се нерамномерно распределени: 65% на островите, 17,5% во планините и 9% на морскиот брег²³². Развојот на определени дејности на морето помага за развој на туризмот, но не им помага на рурални средини што е една од основните цели на аграрниот туризам. Од овие 895 места, над 35% нудат единствено ноќевање без други дејности поврзани со руралниот начин на живот, а помалку од 50% нудат пансион или полупансион. Истражувањата во Грција покажуваат дека, клиентите ја препознаваат и ценат регионалноста во прехранбените продукти²³³.

²³⁰Iakovidou, O., Koutsou, S., “The role of womens agrotourism co-operatives to the development of rural tourism in Greece”, 2007

²³¹Skuras, D., Petrou, A., Clark, G., “Demand for rural tourism: the effects of quality and information”, *Agricultural Economics*, N. 35, p.183–192, 2006 (pdf)

²³²Войнова, Й., “Селски туризъм”, Университет “Неофит Рилски”, Благоевград, 2008 стр.26

²³³Skuras, D., Dimara, E., Petrou, A., “Rural Tourism and Visitors’ Expenditures for Local Food Products”, *Regional Studies*, Vol. 40.7, pp. 769–779, 2006, (pdf)

1.5. Данска

Руралниот туризам во Данска започнува да се развива од 70-тите години на минатиот век. Во 2002 г., 300 до 350 фарми се занимаваат со нудење на престој во фарми и кампинзи. До 2000 г., околу 80 фарми основаат **“отворени фарми”**: градски семејства можат да учествуваат во селското стопанство и селскиот живот. Многу фарми се специјализирани во дејности поврзани со риболов, набљудување на дивата природа, собирање на печурки, велосипедизам и др. 50% од посетителите се домашни туристи, а останатите се од различни европски држави²³⁴. Во 2007 г. во Данска имало 466 фарми кои нудат услуги во руралниот туризам²³⁵.

1.6. Естонија

Развојот на руралниот туризам како организирана дејност во оваа земја започнува кон средината на 90-тите. Две третини од сите места за престој се наоѓаат во провинцијата. Во 2002 г. само 13,3% од местата за престој кои се занимаваат со рурален туризам нуделе работа во фарма како вид на дејност. Во 2003 г., местата за престој во сферата на руралниот туризам се 850 и само мал процент од нив се фарми кои се занимаваат со селскостопанска работа²³⁶.

Основните групи туристи кон кои е ориентиран пазарот се финските, руските, шведските и германските туристи. Средните цени се блиски до средно европските (16-22 евра). Дејностите кои се вклучени во руралниот туризам се повеќе се диверзифицираат и развиваат: риболов, велосипедизам, изнајмување на бродчиња, лов, работа на фармата.

1.7. Италија

Првиот закон кој го уредува руралниот туризам во Италија е Законот за туризам донесен во 1983 г. Во него туризмот на фарма се дефинира како едноставен начин за сместување, а во сместувачките објекти го вклучува **“агро туризмот”**, дефинирајќи го како соби лоцирани во фарми каде фармерите можат

²³⁴<http://www.ruraltourisminternational.org/Denmark> (03.02.2011)

²³⁵Nielsen, N., Nissen, M., “Rural tourism – return to the farm perspective”, Paper prepared for the 19th Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research, Iceland, 2010 (pdf)

²³⁶Войнова, Й., “Селски туризъм”, Университет “Неофит Рилски”, Благоевград, 2008 стр.22

да сместуваат туристи²³⁷. Според Ржарова, агро туризмот во Италија започнува да се развива во 60-тите години на минатиот век²³⁸.

Поширока дефиниција за аграрниот туризам е дадена во 1985 г., а дејностите кои ги опфаќа овој термин задолжително се од аграрен карактер. Од тогаш е воведено издавање на дозвола од страна на соодветните општински власти за отворање на фарма која би се занимавала со агротуристички дејности (под соодветен санитарен и хигиенски инспекциски надзор). Во 2000 г. се регистрирани 9 314 фарми за рурален и аграрен туризам, најмногу во Toscane (21%), Bolsano (21,4%), Umbria и Trentino, Alto, Adige. Во 2002 г. бројот на регистрираните фарми изнесува 11 000, но и покрај тоа само 0,7% од вкупниот број на фарми нудат дејности поврзани со аграрниот или руралниот туризам.

Во 2000 г. од 9 314 фарми, над 50% нудат исхрана, 8% нудат кампување, 14% нудат дополнителни дејности како јавување на коњи и друг вид на забава. Во 2000 г. имало понуда на 110 000 легла (во просек по 13 на фарма), а во 2002 г. тој број се зголемил на 130 000 легла. Туристичката сезонатраела 99 денови годишно, а просекот на должината на престојот бил 6 дена. Во 2008 г. во Италија бројот на фармите кои се занимавале со рурален туризам изнесувал 17 895²³⁹.

Во 2000 г. повеќе од 1 800 000 луѓе избрале да го поминат одморот во рурална средина, од кои 255 000 биле странски туристи. Во последните 10 години се создадени 36 национални паркови (заетаат 10% од територијата на државата), кое силно го стимулирало развојот на алтернативните форми на туризам во оваа земја. Заедно со тоа, во фармите се развиваат и дополнителните дејности поврзани со престојот на туристите (базени за капење и планински велосипедизам) поврзани со луксузно сместување и квалитетна исхрана. Може да се каже дека алтернативните форми на туризам во Италија имаат пораст од 10% во периодот 2000-2002 г.

²³⁷Agostini, S., "Learning Sustainability of Rural Tourism: Farm Competitiveness and Landscape Health Risk Assessment", International Commission of Agricultural Engineering, E-Journal Volume 9, 2007, (pdf)

²³⁸Ржарова, Е., "Агротуризмот во Италија – искуство достоино за почит", Материјали од научниот собир "Пелистер и можностите за развој на туризмот и еколошката заштита во потпелистерските села", Друштво за наука и уметност, Битола, 2002, стр.86

²³⁹Sidali, K., "Farm tourism: a cross-country empirical study in Germany and Italy", PhD dissertation, Georg-August-University, Germany, 2009 p.42 (pdf)

Во 1998 г., регионот на Umbria доделил голем дел на финансиски средства за реставрација на објекти. Во соработка меѓу регионот, локалната самоуправа, приватниот сектор и образовните институции, сите акции биле насочени кон создавање на систем за развој на туризмот. Анализата на територијата и побарувачката им овозможила да ја постават главната цел, која била развивањена производи и услуги кои се меѓусебно поврзани.

Овие услуги биле поделени во тематски групи²⁴⁰:

- тематски паркови:

- luoghi dell'anima(духовни места) –концепт на спиритуална територија, курсеви за медитација, религиозен туризам, религиозни движења(34 религиозни меставо Umbria);
- paesaggio d'autore–комбинација од елементите на природата и музеите(внатрешната и надворешната околина);
- sentieri di gusto(патеки на вкусот) – типична Умбриска храна произведена во мали количини (побарувачката на овие производи се зголемила по соодавањето на овие патеки); и
- sentieri di fare(патеки на занаетите) – рачни изработки, везови, грнчарство, сликарство.

- мрежа од врски;

- апарати кои содржат туристичка информација (како картички со различни попусти). Исто така биле развиени типични Умбриски производи:

- slow trek– сместување во рурална средина, запознавање со локалното население, јавање коњи, конзумирање на локални јадења;
- sentieri del gusto(патеки на вкусот) – водичи за различни патеки на вкусот, вински патишта, музеи на вкусот, производство на храна;

²⁴⁰Jaszczak, A., Žukovskis, J., "Tourism business in development of European rural areas", Management theory and studies for rural business and infrastructure development, Nr. 20 (1). Research papers, 2010, (pdf)

- acqua d'Umbria sport(водени спортови во Умбриа) – користење на предностите од водените базени (езерото Трасимено) планински извори, водопади;
- acqua d'Umbria(вода од Умбриа) – создавање листа на вода (како листа на вина), места за дегустација на водата;
- feste vive(живи фестивали) – религиозни фестивали во мали градови и села, фолклорни фестивали поврзани со други атракции; и
- scuola in vacanza(летни школи) – тематски курсеви, италијански јазик за странци, курс за регионалната кујна, кратки курсеви за готвење и ракотворби.

1.8. Исланд

Туризмот во Исланд се развива благодарение на единствените природни ресурси кои се зачувани до денеска. Многу туристи ја избираат оваа дестинација поради природните вредности преку кои е позната државата (гејзери, фјордови). Основањето на Асоцијација за одмор на фарми го помага развојот на руралниот туризам со обезбедување на понуда на овие услуги низ целата држава. Околу 120 фарми се нејзини членови, некои се во тој бизнис подолго време, а некои го започнуваат. Дел од нив се занимаваат главно со фармерска дејност, а другите се ориентираат единствено кон нудење на туристички дејности.

Туризмот поврзан со **коњите** (horse tourism) е важен за Исланд, бидејќи 15% до 18% од странските туристи ја посетуваат оваа земја за да можат да јаваат, а тоа го прави Исланд една од топ дестинациите за туризам поврзан со коњи²⁴¹.

Престојот е различен: постојат неколку категории во зависност од комодитетот кој го предлагаат – со или без сопствен санитарен јазол, еднокреветни соби или заеднички простории, нудење на кетеринг. Некои фарми можат да услужат до 90 гости истовремено, а кај други капацитетот е ограничен до 10. Се предлагаат најразлични дополнителни дејности – риболов, лов, јахтинг, пливање, голф и др. Некои видови на туризам не се опфатени од страна на

²⁴¹Helgadóttir, G., Sigurdardóttir, I., "Horse-based tourism: community, quality and disinterest in economic value", Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 8, No. 2, 105–121, 2008, (pdf)

Асоцијацијата, како: набљудување на китови, рафтинг и др. На тој начин, Асоцијацијата е единствената организирана структура за рурален туризам во оваа држава.

Во споредба со други земји, каде сместувањето е важен елемент на руралниот туризам, во Исланд приоритетно значење имаат различните видови атракции (прошетки со бродчиња, јавање, риболов, термалентуризам).

1.9. Ирска

Во оваа земја руралниот туризам бележи одржлив развој поради користење на фондовите од програмите LEADER I и LEADER II²⁴². Во 2002 г. започнува исполнувањето на Националниот план за развој на туризмот, каде основна компонента и приоритетна задача е развојот на руралниот туризам. Средствата од маркетиншкиот фонд (190 000 000 евра) се наменети за две посебни мерки: зголемување на бројот на понудените места во руралниот туризам и мерки поврзани со зголемување на младото население кое се занимава со фармерство. Ситните учесници на пазарот кои немаат можност да развиваат сопствен бизнис поради недостаток на маркетиншки знаења, преку овој фонд добиваат помош за остварување на нивните пазарни иницијативи.

1.10. Литванија

Руралниот туризам се издвојува како посебен дел на туризмот во 1998 г., кога се основани првите туристички асоцијации. Неразвиената инфраструктура е еден од најголемите проблеми за развојот на алтернативните форми на туризам. Во последните неколку години, руралниот туризам константно се развива со финансиската помош на државата. Како резултат на тоа, Литванија нуди услуги на високо ниво: се развиваат специјални фарми со помош на организациите за рурален туризам, се развива еколошко производство, се развиваат модерни форми на туризам (велосипедизам во рурална средина, јавање на коњи) и др. Овие специјализирани фарми се категоризираат во една од четирите категории “storks”, во зависност од условите и комфорот при престојот.

²⁴²Войнова, Й., “Селски туризъм”, Университет “Неофит Рилски”, Благоевград, 2008 стр.25

Сето ова дава резултати: во 2001 г.бројот на објекти за сместување изнесува 202, со 651 соби и 1624 легла. Овие објекти биле посетени од 32 000 гости. Во 2006 г. оваа бројка е 246 000 (10,5% странски туристи), а бројот на објекти кои предлагаат рурален туризам изнесува 531, со 3318 соби и 9273 легла²⁴³. Според едно истражување во 2006 г., 30% од Литванците се потенцијални корисници на рурален туризам²⁴⁴.Туристите се привлечени и од атрактивните цени – спиењето во такво место (полн пансион) обично не ја надминува сумата од 30 евра²⁴⁵.

1.11. Летонија

Руралниот туризам во оваа земја го започнува својот развој во 90-тите години на минатиот век. Во 1994 г. само 20 фарми биле членки на Туристичката асоцијација “Country traveler”. Кон крајот на 1999 г. во Асоцијацијата биле регистрирани повеќе од 116 фарми, а во 2003 г. тој број се зголемува на 350 со капацитет од 3715 легла и **заедничка понуда на Балтичките земји**²⁴⁶. Слична ваква соработка за развој на руралниот туризам на Балканскиот полуостров препорачува и Станкова²⁴⁷.

Во Летонија во 2000 г. имало 1880 објекти кои нуделе услуги во руралниот туризам, а во 2007 г. тој број се зголемува на 8099²⁴⁸.

Во 2000 г., Министерството за земјоделиезапочнува да управува со финансиските ресурси од програмата САПАРД (врши надзор врз проектите и обезбедува средства за развој на руралниот туризам). Најмногу биле помагани инфраструктурните и проектите за обука на човечки ресурси. Таа помош продолжува до 2003 г., а потоа финансирањето се реализира преку Национална програма за потпомагање на локалниот бизнис.

²⁴³Damulienė, A., “SAPARD support efficiency to rural tourism business”, 2008 (pdf)

²⁴⁴Ramanauskienė, J., Gargasas, A., Ramanauskas, J., “Marketing solutions in rural tourism development in Lithuania”, *Ekonomika*, N.74, 2006, p.38-51(pdf)

²⁴⁵[http://www.atostogoskaime.lt/en/\(08.02.2011\)](http://www.atostogoskaime.lt/en/(08.02.2011))

²⁴⁶[http://www.celotajs.lv/index.do\(08.02.2011\)](http://www.celotajs.lv/index.do(08.02.2011))

²⁴⁷Станкова, М., “Алтернативен туризъм – организационни принципи и управленчески практики”, Университет “Неофит Рилски”, Благоевград, 2006 стр.63

²⁴⁸Zvaigzne, A., “Risk diversification strategies of Latvian rural tourism enterprises”, *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, V.3, N. 12, p.387–394, 2008 (pdf)

Благодарение на САПАРД и локалните програми, бројоти квалитетот на понудените услуги значително се зголемува. Руралниот туризам се развива одржливо и се зголемува бројот на местата кои нудат престој со полн пансион и низа дополнителни активности (сауна, риболов, планински велосипедизам и др.). Интернетот игра особено важна улога во популаризирањето на руралниот туризам на домашниот и странскиот пазар.

1.12. Молдавија

Руралниот туризам има добри услови за развој во Молдавија, поради следните причини:

- Молдавија е држава каде преовладува руралното население (над 53% од луѓето живеат во селата) и
- Поголемиот дел од ресурсите се наоѓаат во руралните средини кои се многу гостопримливи и каде што се сочувани традиционалните обичаи и начин на живот.

Во Молдавија постојат 12 категории заштитени природни зони, 178 резервати, 130 природни споменици и 433 дрва постари од еден век, мнозинството од кои се наоѓаат помеѓу одделни населени места и создаваат услови за динамичен развој на руралните средини²⁴⁹.

Националната фармерска асоцијација на Молдавија обединува околу 25 000 фармери. Наградени биле 70 фармери од различни региони кои имаат земја повеќе од 5 хектари и користат модерни технологии за период од 5 години. Тие ги отвориле фармите за посети, различни културни дејности и фолклорни фестивали.

На територијата на Молдавија во 2000 г. имало 5 хотели во рурална средина, 10 куќи со полн пансион кои се вклучени во системот ANTREC, едно туристичко место (Satul Moldovenesc) околу 200 излетнички места за рурален туризам и голем број на селски домаќинства кои нудат престој во сопствените куќи. Поголемиот број од туристите кои ја посетуваат Молдавија ги посетува

²⁴⁹Войнова, Ы., “Селски туризъм”, Университет “Неофит Рилски”, Благоевград, 2008 стр.29

градовите, а до руралните средини се организираат кратки екскурзии. Во зависност од квалитетот на понудените услуги цените варираат во широк дијапазон од 2 до 50 евра по лице, додека пансионот може да биде од 4 до 70 евра по лице. Законодавството уредува два вида на регулирање на дејностите поврзани со сместување во руралниот туризам:

- Трговски дозволи – за престој во некатегоризирани објекти (во тој случај домаќинството нема потреба од специјална обука) и
- За категоризирани објекти од 2003 г. се бара да бидат исполнети низа законски формалности за да се здобијат со категорија, а домаќинствата треба да проследат специјална обука за туристички менаџмент.

Прашања за дискусија:

Какви видови на рурален туризам се развиваат во различните држави во светот? Кои се резултатите од спроведените истражувања поврзани со руралниот туризам во Република Бугарија? Какво е значењето на конкуренцијата меѓу регионите во Германија за развојот на руралниот туризам? Од кога започнува женското движење во руралниот туризам во Грција? Што претставуваат отворените фарми во Данска? Кога е донесен првиот закон кој го уредува руралниот туризам во Италија? По каков вид на рурален туризам е препознатлив Исланд? Какви активности преземале фармерите во Молдавија за популаризација на руралниот туризам?

Вежби:

Балтичките земји Летонија, Литванија и Естонија имаат зедничка понуда за рурален туризам. Според вас дали би требало да се направи ваква понуда за балканските земји? Кои земји би требало да бидат вклучени во оваа понуда? Од страна на кого би требало да биде организиран овој проект? Кој би бил бенефитот за заинтересираните страни?

Домашна задача:

Коментар на интернет страните: www.farmstay.co.uk и www.edenproject.com

1.13. Норвешка

Во Норвешка најпосетуваните местата за престој во рурална средина се поврзани со националните паркови и заштитеното културно наследство, каде е зачувана старата архитектура и традиционалниот фармерски начин за обработка на земјата. Освен тоа, се развиваат и помодерни форми на алтернативниот туризам: велосипедизам, пловење со кануа, набљудување на дивниот животински свет, ловење и сушење на пастрмки и др. Околу 5,4% од работната сила во Норвешка работи во руралниот сектор. Фармите во Норвешка се главно мали и семејни, со просечна површина од 11 хектари²⁵⁰.

Во источна Норвешка се наоѓаат поголеми фарми кои главно се занимаваат со производство на жито, додека во западниот и северниот дел на земјата фармите се помали и се занимаваат со одгледување на домашни животни и одгледување на овошје и зеленчук.

Норвешкиот Институт за селскостопански развој (NILF) пресметува дека околу 10% од фармите нудат дејности поврзани со алтернативните форми на туризмот.

1.14. Португалија

Од 1995 г., руралниот туризам во оваа земја е законски уреден²⁵¹. Во 1996 г. помалку од 0,5% од фармите се регистрирани како фарми за рурален туризам. Во 1997 г., направена е нова класификација на видовите алтернативен туризам од страна на Генералната дирекција за туризам (Director Geral do Turismo - DGT):

- класификација “TR” (рурален туризам): стари куќи со класична архитектура;
- класификација “AT” (аграрен туризам): сместување во рурални средини во сеуште постоечки фарми;

²⁵⁰Войнова, Й., “Селски туризъм”, Университет “Неофит Рилски”, Благоевград, 2008 стр.23

²⁵¹Pardellas, X., Padin, C., Vareiro, L., Ribeiro, J., “Tourism in rural areas: a comparative analysis of Galicia and North of Portugal”, ERSА conference papers from European Regional Science Association, (pdf)

- класификација “ТН” (културен туризам): стари имоти од XVI-XVII век, приватни хотели и замоци во провинцијата и
- класификација “СС” (провинциски куќи): класични семејни куќи под наем.

Секој објект за сместување на гости поврзан со руралниот туризам, на својот влез треба да ја постави ознаката “TER” и знакот “DGT”. Аграрниот туризам привлекуваат помалку туристи, а таканаречените “куќи на наследството”, (TR и TH) се најбарани од клиентите. Објектите се категоризирани во три посебни категории А, В или С (во зависност од квалитетот, објектот, географската положба и персоналот).

Агротуристичките здруженија на жени во Португалија се широко распространети исто како оние во Грција²⁵².

1.15. Полска

Руралниот туризам во Полска датира од XIX век. Аграрниот туризам почнува да се развива кон крајот на 50-тите години на XX век, кога државата прекуземјоделските задруги започнала да го стимулира овој вид на туризам наречен **“одмор под крушовото дрво”**. Голем дел од фармерите биле критично настроени кон ваквата политика и дури се обидуваа да ги саботираат напорите на централните и локалните власти.

Од 1990 г. алтернативните форми на туризам бележат нова фаза во својот развој. Тие станале дел од Националната стратегија за поддршка на руралните средини и населението во нив, кое се стремело да се прилагоди на социјалните и политичките промени.

Во 2001 г. се создава нова концепција за развој на руралниот туризам наречена **“зелените дробови на Полска”**. Таа е насочена кон северноисточните делови на земјата, каде се дава предност на органското земјоделие, руралниот и еко туризам и враќањето на човекот кон природата. Првата организација за развој на руралниот туризам е формирана во 1993 г., а

²⁵²Войнова, Й., “Селски туризъм”, Университет “Неофит Рилски”, Благоевград, 2008 стр.15

денес постојат повеќе од 50-тина вакви асоцијации кои се здружени во Полската федерација за рурален туризам (формирана во 1996 г.)²⁵³.

Постојат две организации кои се финансирани од државниот буџет и го помагаат туризмот во руралните средини: Агенција за реструктурирање и модернизација на селското стопанство и Фондација за потпомагање на развојот на програми поврзани со селското стопанство.

Во текот на 2004 г. постоеле над 4 052 фарми за аграрен туризам со капацитет од 40 635 легла, а во 2006 г. оваа бројка се зголемила на 7 214 фарми, со капацитет од 70 300 легла²⁵⁴.

1.16. Романија

Руралната средина во Романија има голем туристички потенцијал, поради фактот што околу 90% од територијата на земјата е административно рурална. Во 2007 г., повеќе од 45% од населението живеело во рурални средини, а над 32% било инволвирано во рурални активности²⁵⁵.

Пред 1990 г., во Романија постои неорганизиран рурален туризам. Интересен е податокот, дека до 1989 г. сместувањето на странските туристи во определени случаи било забрането со закон. Со ефективна рекламна политика, Националната асоцијација за развој на руралниот туризам (**ANTREC**²⁵⁶) успева да организира значителен број на активности во оваа сфера. Фармерите веќе не сметаат само на доходите од селско-стопанското производство, туку и на други дејности, како алтернативните форми на туризам. Во 2002 г., по извршените консултации помеѓу ANTREC и Министерството за туризам, донесени се следните решенија:

²⁵³Hall, D., Roberts, L., Mitchell, M., ed., "New directions in rural tourism", Ashgate Publishing Limited, 2003 p.206

²⁵⁴Polucha, I., Żukovskis, J., "Regional aspects of rural tourism development in the areas with valuable resources: case of Warmia and Mazury region in Poland", Management theory and studies for rural business and infrastructure development. Nr.21,(2), Research papers, 2010 (pdf)

²⁵⁵Morna, A., "Rural tourism a current economic phenomenon", Lucrari Stintifice, SERIA I, V. XI, 2009 (pdf)

²⁵⁶ <http://www.antrec.ro/> (04.03.2011)

- Даночни олеснувања на трошоците за лиценцирање на лицата кои сакаат да отворат објекти за сместување во руралниот туризам, со цел да се намали сивата економија во овој бизнис;
- Олеснет пристап до европските фондови;
- Промена на критериумите за категоризација на објектите за престој, со цел да се достигнат стандардите на земји како Англија и Франција, каде овој вид на дејности имаат одржлив развој; и
- Олеснување на процедурата за регистрација и за добивање на лиценца.

На добрата еволуција во прилог одела и легислативата и мерките кои ги презела владата во периодот од 1996 до 1999 г., а главната цел била поддршка на ваквите бизниси. Например, конкретните превземени чекори во 1997 г. биле: легализација на земјиштето, инсталирање на телекомуникациска инфраструктура, бесплатна техничка помош, бесплатна реклама и информациона поддршка од страна на Министерството за туризам, како и ослободување од даноци во период од 10 години. Во Романија во 2004 г. имало 892 објекти за сместување во рурални средини, за разлика од 61 во 1996 година (просечен годишен пораст од 31%)²⁵⁷. Според податоците од 2006 г., во руралниот туристички сектор имало регистрирано 1259 објекти со 14 551 легла (во споредба со 240 објекти и 3544 легла во 2000 г.). Во 2006 г. овие објекти биле посетени од 217 000 туристи (199 000 домашни и 18 000 странски) и биле остварени 459 000 ноќевања (410 000 од домашни и 49 000 од странски туристи)²⁵⁸.

1.17. Словенија

Руралниот туризам во Словенија започнал да се развива во 70-тите години на минатиот век, а Сојузот на задругите на Словенија во 1973 г. изготвил платформа за развој на туризмот во руралните средини. Од големо значење за развојот на туризмот во оваа земја се квалитетните едукативни курсеви и обуки од советодавните служби. Се проценува дека во Словенија има околу 3000

²⁵⁷Negrusa, A., Cosma, S., Bota, M., "Romanian rural tourism development a case study: rural tourism in Maramures", International Journal of Business Research, V.7, I.4, 2007 (pdf)

²⁵⁸Iorio, M., Andrea Corsale, A., "Rural tourism and livelihood strategies in Romania", Journal of Rural Studies, 26, 152–162, 2010 (pdf)

регистрации легла во објекти за рурален туризам. Повеќе од 170 домаќинства имаат своја веб страница преку која може да се изврши директна резервација за сместување. Дејноста поврзана со руралниот туризам во Словенија е регулирана со закони и правилници за уредување на просторот, едукација, приготвување на храната, санитарни, ветеринарни и хигиенски услови²⁵⁹. Во 1991 г., започнат е Проектот за интегрираниот развој на руралните средини и обнова на селата “IDRARV”²⁶⁰.

Во Словенија најважниот сегмент од руралниот туризам е оној на семејните фарми, каде гостите се сместуваат во руралното домаќинство или во посебна кука за гости. Во 2003 г. имало околу 500 туристички фарми:

- 190 фарми за екскурзии кои нудат топли и студени јадења и пијалаци;
- 74 визби кои нудат храна, вино и безалкохолни пијалаци; и
- 190 фарми за престој.

1.18. Србија

Србија е земја со рурален карактер и спаѓа во редот на најаграрните земји во Европа. На 85% од нејзината територија (на која припаѓаат руралните средини) живее 55% од вкупното население на Србија²⁶¹.

Руралниот туризам во Србија постои повеќе од 30 години. Во минатото туристите биле главно Југословени, кои макар и за кратко сакале да побегнат од градската средина која била еколошки загадена. Србија има исклучително добри услови за развој на руралниот туризам – добро сочувана природа со мека клима, свеж воздух, чисти реки и езера, богата флора и фауна (особено во планинските региони) што е одлична основа за развој на рурален туризам. Многубројните војни во последните години на XX век се одразија негативно врз целосната ситуација во земјата, но и покрај тоа, места како Тара, Дивчибаре, Ртањ, Букура,

²⁵⁹Тодоровић, М., Штетић, С., “Рурални туризам”, Географски факултет, Београд, 2009, стр.59

²⁶⁰Koscak, M., “Integral development of rural areas, tourism and village renovation, Trebnje, Slovenia”, Tourism Management, V.19, N.I, p. 81-86, 1998 (pdf)

²⁶¹Ivanović, J., Pantić, M., “Specifičnost sela u Srbiju u kontekstu turističkog potencijala”, “Strateški i metodološki pristup(i) za promociju turističkog potencijala srpskog sela”, Udruženje urbanista Srbije, Beograd, 2007 (pdf)

Опленац, Златибор и Копаоник остануваат исклучително привлечни за развој на руралниот туризам.

Според архивите на туристичките организации, кон крајот на 80-тите години околу 80 туристички места (800 семејства и 3000 легла) нуделе дејности поврзани со руралниот туризам. Согласно податоците од 2000 г. такви дејности нудат 164 домаќинства во 41 туристичко место, со околу 700 легла. Од овие податоци може да се констатира пад во развојот и нудењето на дејности поврзани со руралниот туризам, како и тоа дека овие услуги се насочени главно кон жителите на Србија. Во 2003 г. податоците се следните: околу 20 општини во Србија или 55 туристички места нудат дејности во областа на руралниот туризам. Постојат 412 објекти – куќи, фарми, пансиони со близу 1700 легла. Можат да се разграничат три вида на сместување: соба со појадок (62 објекти, 254 легла), објекти за самопослужување (82 објекти, 339 легла) и полн пансион (268 објекти, 1100 легла).

Објектите за сместување се предмет на официјална категоризација од страна на Министерството на трговија и услуги на Србија. Согласно законските прописи, објектите се делат на четири категории и се доделуваат од една до четири ѕвезди. Се нудат следните видови на дејности: спортски активности, екскурзии, лов и риболов, велосипедизам, јавање, планинско искачување, берење на овошје и зеленчук, собирање на билки и печурки, како и многу други. Туристите можат да бидат ангажирани во секојдневната работа на селското домаќинство. Традиционални и карактеристични објекти за сместување се салашите, кои претставуваат еден вид на живи музеи²⁶². Освен салашите, објектите за сместување кои се нудат во Србија се: брвнари и вајати, конаци, етно села, куќи на село и др.²⁶³.

Посебна атракција во Србија претставува етно селото **Мечавник**, изградено од познатиот филмски режисер Емир Кустурица²⁶⁴.

²⁶²Pivac, T., Kotic, K., "Importance of szallas farms in rural tourism of Vojvodina", 18th Annual Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) conference, 2008 (pdf)

²⁶³<http://www.selo.co.rs/index.php> (06.07.2010)

²⁶⁴www.mecavnik.info (15.03.2011)

Развојот на руралниот туризам во Србија зависи од три фактори:

- Нивото на доходи добиени од селско-стопанските дејности;
- Постоењето на туристички ресурси; и
- Достапноста на оддалечените рурални средини.

Руралниот туризам во Србија е ориентиран главно кон локалниот пазар. Странските туристи се реткост и доаѓаат главно од државите на бивша Југославија. Веќе е одржан и Првиот конгрес за рурален туризам (Крагујевац, 2010 г.).

Министерството за земјоделието, шумарството и водостопанството на Република Србија, од 2006 г. одделува финансиски средства со кои се потпомагаат инвестициите за развојот на руралниот туризам, како и проширувањето и унапредувањето на економските активности во руралните средини. Износот на реализираните средства за потпомагање на руралниот туризам и диверзификацијата на економските активности има тенденција на пораст во периодот од 2006 до 2008 г. Вкупниот износ на реализирани средства за наведениот период е 91 580 215 динари:

- Бројот на корисници на средства се зголемил, од 22 во 2006 г. на 110 во 2008 г. Вкупниот број на корисници за периодот 2006-2008 е 173; и
- Најголем број на корисници на средства се физички лица – регистрирани земјоделци (141), здруженија на граѓани (23), правни лица (7) и земјоделски задруги (2). Според видот на инвестициите, дури 91% од сите реализирани средства за периодот 2006-2008 г. се насочени кон активности за обнова на традиционалното селско домаќинство (адаптација, доградба, реновирање и набавки), додека 9% се реализирани за промотивни и едукативни активности во руралниот туризам²⁶⁵.

²⁶⁵“Rezultati ankete o efektima mere za podsticaj seoskog turizma u Srbiji I diverzifikaciju ekonomskih aktivnosti na selu”, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije, Sektor ruralni razvoj, 2009 (pdf)

1.19. Унгарија

Руралниот туризам во Унгарија започнал да се развива уште во XIX век и брзо се здобил со популарност помеѓу туристите од Западна Европа. Пред Втората Светска Војна, голем дел од празниците и одморите на Унгарците биле поврзани со посета на рурална средина. По 1945 г. овој вид на туризам потполно исчезнува и реорганизацијата на пазарот наидува на сериозни пречки поради²⁶⁶:

- недостаток на институционална рамка;
- лоша финансиска положба на туристите и на претприемачите;
- лошиот развој на регионите во кои имало потенцијал за рурален туризам;
- слабиот интерес на професионалните туристички организации поради ниските приходи од руралниот туризам;
- недостаток на деловни навики;
- недостаток на квалитет и комфор во објектите; и
- лошата демографска слика на руралните средини поврзана со повозрасната структура на населението.

Новите обиди за заживување на руралниот туризам во оваа земја започнале во 80-тите години на минатиот век, претежно во слабо развиените региони во државата. За да се промени таквата состојба, унгарската влада во 1997 г. започнала кампања со помошта на владини и невладини организации, како и туристички организации, со цел руралниот туризам да биде прифатен како дел од традицијата. Во Унгарија, странските туристи се привлечени од три фактори поврзани со руралниот туризам:

- на прво место, престојот во непопуларни туристички места поради ниските цени;
- на второ место, изобилие од манифестации (фолклорни програми, фестивали итн.). Развивањето на други форми на рурален туризам (активен одмор во природа со запознавање на селскиот живот) сеуште се во рана етапа на развој; и

²⁶⁶Войнова, Ы., “Селски туризъм”, Университет “Неофит Рилски”, Благоевград, 2008 стр.20

- на трето место, традиционалната кујна и програмите за дегустирање на вина.

Во 1998 г. во Унгарија имало околу 2 000 легла регистрирани за рурален туризам, со искористеност на капацитетите од 10%, поради ниското ниво на побарувачка на овој производ. Во 2001 г. овој број се зголемува на 6 675, а во 2007 г. надминува 10 000 легла, што претставува доказ за зголемена побарувачка. Според некои автори, фолклорот е уникатниот елемент на унгарскиот туристички производ²⁶⁷.

1.20. Украина

Руралниот туризам го започнува својот развој кон крајот на XX век во Карпатските планини. Денес Украина успешно ги развива алтернативните форми на туризам, што се должи на одличните климатски и природни услови. Семејствата со пониски доходи сакаат да го поминуваат своето слободно време во руралните средини каде можат да најдат еколошки производи, евтино сместување и да се запознаат со старите и подзаборавени обичаи на своите предци.

Сојузот за развој на руралниот туризам во Украина обединува над 1000 членови во 18 региони и од 1996 г. па наваму се занимава со следните дејности²⁶⁸:

- Соработка помеѓу централната и локалната власт;
- Промени во законите за регулирање и лиценцирање на дејностите во руралниот туризам;
- Отворање на 18 туристички центри за рурален туризам во 18 региони во Украина;
- Публикување на национален весник, списание (од 1997 г.), создавање на интернет страница, реализирање на проекти преку меѓународно финансирање, учество на фестивали и изложби од 1999 г. (како

²⁶⁷Rátz, T., Puczkó, L., "Folklore arts as cultural attraction in hungarian tourism", Paper presented at the "Innovatory Approaches to Culture and Tourism", ATLAS International Conference, Greece, 1998 (pdf)

²⁶⁸Войнова, И., "Селски туризъм", Университет "Неофит Рилски", Благоевград, 2008 стр.28

изложбата “Украинското село Ве кани”) која се одржала во Државниот музеј за рурална архитектура и живот во Киев;

- Размена на информации помеѓу туристичките агенции;
- Учество на регионалните туристички центри во претставувањето на руралниот туризам на своите клиенти;
- Популаризирање на руралниот туризам надвор од границите на Украина со сериозна рекламна кампања; и
- Развој на потребната инфраструктура поврзана со руралниот туризам.

1.21. Финска

Процентот на странски туристи кои користат рурален туристички производ во Финска е околу 14%. По 1998 година, околу 70% од Финците користеле услуги во руралниот туризам²⁶⁹.

Во јануари 1995 г. била донесена специјална Програма за развој на селските региони, која определила неколку национални задачи поврзани со применувањето на стратегијата за развој на туризмот. За таа цел, била формирана Работна група за развој на руралниот туризам²⁷⁰, која се занимавала со остварувањето на следните задачи:

- создавање на Национална стратегија за развој на туризмот, оперативни програми за сумирање на статистичките податоци поврзани со руралниот туризам и обукиза кадрите во руралниот туризам;
- развој на национален резервациски систем за руралниот туризам во соработка со локалните организации и развој на маркетиншки проекти; и
- согласно статистиката на Работната група односно капацитетот за развој на руралниот туризам во Финска, туризмот е основен извор на приход за 15% од претприемачите во земјата. Така околу 2030 претприемачи нудат 43 700 легла и се застапени најразлични

²⁶⁹Tikkanen, I., “Resource approach to rural tourism in Finland: case Vaajasalmi”, Matkailututkimuksen XIV Symposium, Kuopio, Finland, 2004 (pdf)

²⁷⁰Hall, D., Kirkpatrick, I., Mitchell, M., “Rural tourism and sustainable business”, Channel View Publications, UK, 2005, p.25 (pdf)

активности: риболов, спуштање со кану, скијање, работа во фармата, јавање на коњи и др.

Една од целите на Работната група за развој на руралниот туризам е да го зајакне маркетингот на странските пазари, со што ќе се зголеми искористеноста на капацитетите и бројот на странски туристи. Предвидувањата се зголемувањето да биде 5% на годишно ниво²⁷¹.

Повеќето од фармите се распространети во централните и источните региони во земјата, некои покрај брегот, а неколку на островите Aland. Многу од местата за престој се сертифицирани со национален знак за квалитет, доделен од Асоцијацијата за рурален туризам “Uniquely Finnish – Maakuntien Parhaat”.

1.22. Франција

Франција е една од првите земји каде се развивала организирана форма на рурален туризам. Концепцијата за алтернативните форми на туризам се појавува уште во 50-тите години на минатиот век (gîtes ruraux), од кога постепено руралниот туризам се оформува како таков, се развива и претвора во семеен бизнис. Во 1973 г., во Франција бројот на објектите за сместување бил 9978, а веќе во 1981 г. тој број изнесува 25 262, со 150 000 легла и околу 7,5 милиони ноќевања²⁷².

Во 1964 г. била создадена Асоцијација на “зелени туристички места” од страна на општините во руралните средини кои се занимаваат со туризам. Одговорноста на локалната власт за развојот на туризмот е во тесна врска со Националната концепција за туризмот и насоките на Министерството за туризам, како и со сите организации кои работат во сферата на руралниот туризам. Споменатата Асоцијација има своја политика за обновување на руралните територии, планови за подобра организација на регионите, за добивање на статус на национален парк на некои територии и низа договори со државата.

²⁷¹Komppula, R., Saraniemi, S., “Export Success Determinants in Rural Tourism”, Paper presented at the ANZMAC conference, Sydney, Australia, 2008, (pdf)

²⁷² Derno, L., “Farm tourism in Europe”, Tourism Management, V.4, I. 3, p.155-166, 1983, (pdf)

Повеќето фарми кои се занимаваат со рурален туризам се наоѓаат на Средоземноморското крајбрежје, Пиринеите и Алпите. Околу 2,8% од фармите (околу 20 000) нудат дејности поврзани со аграрниот и руралниот туризам. Во последните 15 години, бројот на фармерите кои се занимаваат со ваков вид на туризам пораснал со 14%. Само околу една третина од фармите кои се занимавале со традиционални фармерски активности во 1988 г., сеуште го прават тоа и во 2000 г. Од горенаведеното можеме да заклучиме, дека постои тенденција на напуштање на традиционалното фармерство и негово заменување со рурален туризам. Во крајна сметка, само 30% од луѓето кои професионално се занимаваат со рурален туризам се фармери.

1.23. Хрватска

За подобра организација и соработка на руралните домаќинства кои поседуваат објекти за рурален туризам, во 1995 г. е формирано Здружение на домаќинства кои се бават со овој вид туризам. Во неговите рамки делува стручна служба која ја следи, поттикнува и насочува нивната работа, преку организација, советување и консултации за сите заинтересирани субјекти²⁷³.

Аграрниот туризам претставува помалку од 1% во туристичкиот сектор на Хрватска, но бележи постојан пораст. На руралниот простор во Хрватска, му припаѓа над 90% од копнената територија²⁷⁴.

Зголемувањето на дејностите поврзани со аграрниот и еколошкиот туризам во регионот на Истра, најразвиената провинција на Хрватска, е поврзано главно со стремежот за еколошки чисто производство на овошје, зеленчук, храна и пијалаци. Во Истра, во состав на програмата за развој на руралниот туризам делуваат 184 домаќинства (68 регистрирани) со капацитет од 1460 легла и можност за давање на угостителски услуги на 6 000 посетители. Просечната искористеност на капацитетите во сите видови рурален туризам е 111 дена, а просечниот престој е 9 дена.

²⁷³"Turizam na seoskim obiteljskim gospodarstvima" Hrvatska gospodarska komora, Sektor za turizam i ugostiteljstvo, 2002, (pdf)

²⁷⁴Eduard, K., "Terminologija ruralnog turizma", I Hrvatski kongres o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem - Perspektive razvoja ruralnog turizma, Hrvatska, 2007 (pdf)

Во 2000 г. во Хрватска имало 117 регистрирани рурални домаќинства во 13 жупаниии²⁷⁵. Во 2007 г. тој број изнесува 352, со вкупно 886 легла. Категоријата на објекти која најмногу се развива се куќите за одмор (реновирани стари камени куќи во кои целосно е зачуван нивниот изглед и распоредот на просториите). Во овие куќи реновирањето единствено се однесува на комфорот (осветлување, бањи, техника). Овие куќи не се издаваат како соби или легла за сместување, се издаваат комплетно уредени со дворно место, а нивната цена во текот на сезоната се движи од 100-250 евра за ден²⁷⁶.

Кон крајот на 2002 г. почнува исполнувањето на првата програма за развој на руралниот туризам финансирана од ЕУ. Хрватската влада (како дел од стратегијата за развој на туризмот) го кредитира развојот на руралниот туризам со поволни кредитни стапки. Во Хрватска се одржуваат многу обуки, семинари и работилници на тема рурален туризам.

1.24. Швајцарија

Швајцарија има долга традиција во развојот на руралниот туризам. Уште од 1975 г. датираат првите програми за развојот на алтернативните форми на туризам, со цел да се избегне депопулацијата на руралните средини. Во 1980 г., во руралните средини на Швајцарија (вклучувајќи ги и хотелите) се остварени 39,75 милиони ноќевања²⁷⁷. Според истражувањето спроведено во 2003 г., од страна на Швајцарскиот центар за туристички развој (SRVA), во францускиот дел на Швајцарија, околу 2,3% од 11 212 испитаници учествувале активно во понудата на дејности поврзани со руралниот туризам.

Во определени кантони, на пример Valais, секое дополнително финансирање или субвенции се поврзуваат со намерата на соодветниот фармер да развива алтернативни форми на туризам, а најмногу рурален туризам²⁷⁸. Заедно со тоа се повеќе се диверзифицира понудата на туристички услуги – една од последните такви е спиењето во слама. Околу 252 фармери ја нудат оваа

²⁷⁵Lukič, A., "Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj", referat, 2003 (pdf)

²⁷⁶Тодоровић, М., Штетић, С., "Рурални туризам", Географски факултет, Београд, 2009, стр.58

²⁷⁷Dernoi, L., "Farm tourism in Europe", Tourism Management, V.4, I. 3, p.155-166, 1983, (pdf)

²⁷⁸Войнова, Й., "Селски туризъм", Университет "Неофит Рилски", Благоевград, 2008 стр.16

услуга во Швајцарија. Исто така широко е распространето рекламирањето преку брошури, промотивни активности и др.

Како реакција на се поурбанизираното општество, од 01.01.2002 г. три туристички организации (SRVA, AGORA, AGIR) започнуваат да применуваат заедничка стратегија за развој на руралниот туризам во францускиот дел на Швајцарија. Создаден е Центар за компетентен развој на руралниот туризам (Centre de competences du tourisme rural en Suisse romande), обединувајќи седум кантони (Geneve, Vaud, Valais, Neuchatel, Fribourg, Jura, Jura Bernois), Комори за развој на аграрниот туризам и Организации за развој на туризмот. Резултати од заедничката стратегија се: интернет страницата (www.tourisme-rural.ch), учество на саеми, каталози со над 450 места за сместување, координација на обуки во францускиот дел и можност за таква соработка со италијанскиот и германскиот дел на Швајцарија.

1.25. Шпанија

Уште во 1967 г., во Шпанија имало 384 објекти за сместување во рурален туризам со 827 соби²⁷⁹. Во 2003 г. бројот на легла во рурални куќи во Шпанија изнесува 52 848²⁸⁰. Развојот на руралниот туризам во 80-тите години на минатиот век е резултат на социјално-културниот развој на урбаното општество, кое има потреба од туристичка понуда соодветна на економската состојба (намалување на селско-стопанските дејности, депопулација на руралните средини и постојанодлив на луѓе кон градовите). Општиот термин се утврдува како “turismo rural” и се однесува за секоја мала и средна туристичка дејност во руралните средини. Аграрниот туризмили “agro turismo”, во зависност од регионот може да изнесува од 5-80% од вкупната туристичка понуда(во просек околу 20%).

Брзиот раст на руралниот туризам се поврзува со европските програми LEADER I, LEADER II и LEADER + и шпанската аналогна “PRODER”. Во државата може да се забележи постојано зголемување на дејностите кои се поврзани со руралниот туризам, а се должат на зголемената потреба на средната класа. Така за краток временски период 2000-2003 г. капацитетите за сместување во

²⁷⁹Dernoi, L., “Farm tourism in Europe”, Tourism Management, V.4, I. 3, p.155-166, 1983, (pdf)

²⁸⁰Barke, M., “Rural Tourism in Spain”, International Journal of Tourism Research, V.6, p.137–149 2004 (pdf)

руралниот туризам се зголемиле за околу 30%, а бројот на леглата од 50 000 се зголемил на 70 000.

Во 2000 г. руралниот туризам претставувал 5% од вкупниот обем на туристички услуги. Основните цели кои ги поставува овој вид на туристичка дејност во Шпанија се: намалување на депопулацијата во руралните средини, создавање на алтернативен извор на доходи за жителите и зајакнување на односите на луѓето од градовите со природата и нивното запознавање со заборавените занаети и обичаи. Некои автори прават поделба на руралниот туризам во Шпанија на традиционален и модерен²⁸¹.

2. Руралниот туризам во останатите држави од светот

2.1. Австралија

Австралија е поделена на 84 туристички региони, од кои девет се урбани региони и во нив руралниот туризам нема перспективи за развој. Останатите 75 региони се класифицираат како рурални, а лицата кои престојуваат барем една ноќ во нив се сметаат за посетители на руралната средина. Таа дефиниција опфаќа низа туристички дејности вклучувајќи ги и тие посетители кои патуваат помеѓу два градски региони. Оваа дефиниција не е особено прецизна и не одговара на суштината на руралниот туризам и не дозволува да бидат истражени потребите на посетителите во руралните средини за подобро согледување на перспективите за развој на овие региони. Значењето на руралниот туризам е најголемо во северниот дел на земјата и Тасманија. Таму странските туристи во просек посетуваат 5,2 туристички региони или двојно повеќе од просекот на државата. Руралните средини кои привлекуваат најмногу посетители Uluru, Kakadu. Регионот Hunter привлекува просечно над 75 000 странски туристи годишно поради својата сочувана и непроменета природа.

²⁸¹Perales, R.M., "Rural tourism in Spain", Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 4, p. 1101–1110, 2002 (pdf)

2.2. Канада

Според Talfer, кон крајот на 80-тите години од минатиот век, само во провинцијата Алберта биле развиени околу 400 акциони планови за развој на руралниот туризам²⁸².

Многу рурални региони во Канада нудат природни убавини, див животински и растителен свет и културно наследство, постојано зголемувајќија понудата на руралниот туризам. Повеќе од 50% од туристите во Канада (домашни и странски) посетиле рурална средина во 2002 година²⁸³. Популарноста на Канада како туристичка дестинација постојано се зголемува. Во 2002 г. повеќе од 20 милиони странски и 36 милиони домашни туристи ја посетиле државата, а мнозинството од нив поминале половина од својот престој надвор од големите градови. Руралните средини се особено популарна дестинација за американските туристи (скоро 80% од нив поминале барем една ноќ надвор од градската средина).

Од канадските провинции најпосетувани се Онтарио - 37% и Квебек - 23%. По нив следуваат Британска Колумбија - 13% и Алберта - 9%. Најавтентични услови за рурален туризам можат да понудат провинциите Алберта и Манитоба. Овие провинции се одликуваат со сочувани селско-стопански и животински фарми со изглед од XIX век, но опремени со модерни средства за развој на земјоделието, како и со објекти за пречекување на гости.

2.3. Соединети Американски Држави

Руралниот туризам е типичен за американците. Според истражувањето на Travel Industry Association of America, 62% од американските граѓани патувале до мал град или село во последните три години²⁸⁴. Помеѓу 50-те американски државни туристички асоцијации, 30 развиваат програми кои се специјално

²⁸²Richards, G., Hall, D., "Tourism and sustainable community development", Routledge, 2000, p.245 (pdf)

²⁸³"Rural and Small Town Canada Analysis Bulletin", Vol.6, No. 5, 2005 (pdf)

²⁸⁴Miller, R., & Associates, "Rural and small-town tourism", The 2007 Travel & Tourism Market Research Handbook, 2006, (pdf)

наменети за руралниот туризам²⁸⁵. На пример, во 2001 г. Алјаскаја посетиле 420 000 набљудувачи на дивниот свет²⁸⁶.

Во 80-тите години на минатиот век во САД, Федералната влада, преку Министерството за земјоделство превземала низа мерки со цел да ги насочи фармерите да развиваат туризам како средство за дополнителни приходи – потпомагајќи го создавањето на Кооперации за фармерски туризам и гарантирала за банкарските кредити земени од нив.

Законот за фармерската дејност донесен во 1996 г., реструктурирањето на Министерството за земјоделство и преориентирање на значителен дел од ресурсите за развојот на руралните средини и даваат поголемо значење на Агенцијата за рурален развој – Agency for rural development (USDA/RD). Целта на Агенцијата е подобрување на животот на населението во руралните средини преку јавно – приватно партнерство, доделување на кредити, грантови, техничка и правна помош како на традиционалните така и на алтернативните форми за зголемување на доходот на населението. Една од програмите на Агенцијата е специјално наменета за развој на туризмот во руралните средини, како алтернативен извор на доход. Денес, повеќе од 40 федерални држави развиваат и помагаат дејности поврзани со туризмот во руралните средини. Од нив повеќе од половината имаат специјално подготвени државни програми за насочување на руралниот туризам преку создавање на Државни агенции за туризам.

За разлика од ЕУ, во САД не постои државно финансирање на руралниот туризам, освен во државата Вермонт. Во 2000 г., Конгресменот од Вермонт Bernie Sanders, успеал да обезбеди два милиони долари за развој на агротуризмот. Истата година Вермонтската агротуристичка иницијатива формирала јавно-приватно партнерство помеѓу Вермонтската асоцијација на фармерите, Департманот за земјоделство, Департманот за туризам и маркетинг, Вермонтската комора, банки и други заинтересирани претприемачи. Оваа програма им помогнала на стотици фармери од Вермонт преку обуки, маркетинг, вмрежување, техничка помош и ниски камати за заеми да започнат нови

²⁸⁵Luloff, A., Bridger, J., Graefe, A., Saylor, M., Martin, K., Gitelson, R., "Assessing rural tourism efforts in the United States", Annals of Tourism Research, Vol. 21, pp. 46-64, 1994 (pdf)

²⁸⁶Snyder, J.M., Stonehouse, B., ed., "Prospects for polar tourism", CABI Publishing, 2006, p.53 (pdf)

агротуристички бизниси. Иако државно формираната Вермонтска агротуристичка иницијатива официјално била прекината во 2003 г., Вермонтската асоцијација на фармерите продолжила активно да го промовира агротуризмот во Вермонт. Во понудата на 1 400 фармисе национални и историски патеки, едукациски центри кои вклучуваат уникатни згради и штали, луксузни мали хотели, бизниси со производство на млечни производи, фестивали и др.²⁸⁷.

Според едно истражување спроведено во Калифорнија, руралниот туризам создава околу 357 400 работни места и 39% од вкупното вработување во туризмот²⁸⁸. Според друго истражување, мотивите за посета на агротуристичка фарма се: купувањето на локални производи, одмор и релаксација, вклучувајќи ја природата како атракција и агротуристичка едукација²⁸⁹.

2.4. Јужна Кореја

Од 80-тите години на минатиот век, корејската влада успешно развива неколку програми со кои се промовира руралниот туризам. Во 1984 г. се создадени 12 туристички фарми како пилот проект, за подоцна бројот да достигне 5000. Во 1989 г. владата започнува да развива места за одмор во рурална средина кои се потпомогнати со нискокаматни кредити гарантирани од државата. Во 1991 г. започнува остварувањето на таканаречениот **Farm stay willage project**, а неговите основни компоненти се: изградба на објекти за престој, одмор и забава за туристите во повеќе од 275 села. Избраните населени места, според оваа програма добивале финансиска помош како од владата, така и од локалните власти. Освен тоа, достапни им биле нискокаматни кредити до 200 000 долари по населено место и техничка и експертска помош при изготвување на рекламните материјали (брошури, интернет страница и др.). Шест други програми за развој на руралниот туризам за периодот 2001-2005 г. вклучиле 420 населени места, а други 1200 се планирани за периодот до 2014г.²⁹⁰

²⁸⁷Beus, C., "Agritourism: cultivating tourists on the farm", Washington State University Extension, Publication, 2008, (pdf), p.10

²⁸⁸California Travel and Tourism Commission, "Rural tourism strategic plan", 2007 (pdf)

²⁸⁹Jolly, D., Reynolds, K., "Consumer Demand for Agricultural and On-Farm Nature Tourism", UC Small Farm Center, 2005 (pdf)

²⁹⁰Lee, J., Thomson, K., "The promotion of rural tourism in Korea and other East Asia countries", Paper submitted for the 26th IAAE Conference, Australia, 2006 (pdf)

3. Меѓународни организации кои се занимаваат со рурален туризам

3.1. Eurogites²⁹¹

Eurogites е европска федерација која се занимава со рурален туризам. Нејзината цел е да ги приближи туристите до убавините на руралните средини на 28-те држави во Европа. На нејзиниот официјален веб сајт, како пример се земени селските прослави, мирисите поврзани со детството, тишината на природата и непосредниот контакт со луѓето кои живеат и се потрудиле да ја направат природата онаква каква што е денес.

Со помош на структурирањето на 35-те професионални здруженија за руралниот туризам, главната цел на Eurogites е да понуди низа избори. Располага со многубројни информации и практични совети за најразлични држави и интернет понуди. Сето тоа се прави со цел да им помогне на туристите да го доживеат нивниот одмор од соништата.

Федерација за рурален туризам, нуди уникатни, поволни можности за вистинско искуство и рурален одмор. 35-те професионални организации од 28 земји овозможуваат избор за престој во повеќе од 100 000 објекти за сместување.

Bed&Breakfast²⁹² или самопослужување во приватни куќи и фарми, мали фамилијарни рурални хотели и пансиони, домашно приготвени јадења или активен туризам: сето тоа претставува автентичен рурален туризам, карактеристичен за државите во Европа со знак за квалитет од Eurogites. Стандардите за оценување на квалитетот во сместувачките капацитети се прикажани во прилог број 1.

3.2. ECOVAST²⁹³

Европскиот совет (конзилиум) за села и мали градови, ги има следните цели:

- да ја зацврсти економската, социјално-културната виталност и административниот идентитет на руралните заедници низ Европа; и

²⁹¹www.eurogites.org (15.02.2011)

²⁹²Ноќевање со појадок

²⁹³www.ecovast.org (15.02.2011)

- да ги заштити, промовира и обнови архитектурните градби и природните средини в ороуралните заедници.

ECOVAST брои над 500 членови од 20 земји од Европа. Членството е сеопфатно, вклучувајќи индивидуи, академски граѓани, владини и невладини организации, од локално до интернационално ниво. Има национални оддели во Австрија, Хрватска, Германија, Унгарија, Македонија, Полска, Романија, Русија, Словачка и Велика Британија, а планирани се и други држави.

Во 1994 г., ECOVAST ја објавува својата "Стратегија за Рурална Европа". Преведена е и широко дистрибуирана на многу европски јазици. ECOVAST има советодавен статус со Советот на Европа, вклучувајќи и членство во советодавниот Комитет за рурален развој.

ECOVAST има групи кои активно работат во проекти за зачувување на околината и руралната архитектура. Организира конференции, семинари и други настани, вклучувајќи тренинг програми за интегриран рурален развој. Исто така, испраќа и технички делегации за советување во врска со руралниот развој и заштита на културното наследство.

3.3. Rural tourism international²⁹⁴

Мрежата за обучувачи во меѓународниот рурален туризам (RTI-TN) е асоцијација на организации за обука во руралниот туризам и е основана во 2005 година. Нивната наставна програма се состои од 10 теми/предмети и материјали за обука и е овластена да издава сертификати за успешно завршената обука. Постои можност Мрежата да акредитира и други институции за извршување на истата дејност.

3.4. Прв конгрес за рурален туризам

Недостатокот на официјалната статистичка информација (за бројот и капацитетот на местата за престој и други информации) во руралните средини во ЕУ, е една од водечките причини во 2003 г., во Шпанија да се одржи Првиот

²⁹⁴www.ruraltourisminternational.org (15.02.2011)

конгрес за рурален туризам (Четвртиот конгрес за рурален туризам се одржал во 2010 г.).

За земјите членки на ЕУ, нормативната основа за собирање на статистичка информација е Директива 95/57/ЕУ од 23.11.1995 год., која ги утврдува собирањето на статистичките информации во сферата на туризмот. Собраните податоци се на ниво НТЕС 3²⁹⁵, а типичните места за престој (куќи за гости, соби, фарми во кои се нудат туристички услуги и др.) се во групата “други колективни места за престој”. Во поголемиот дел од државите кои биле претставени на Конгресот, основно Националните организации се ангажирани за собирање на подробни информации и развој на алтернативните видови и форми на туризам. Во Латвија на пример, Националната асоцијација (Latvian country tourism association) собира, обработува и презентира статистичка информација за местата за престој, не само на својата територија, туку и за Литванија и Естонија. Со тоа овозможува централизирана понуда на рурален туристички производ од целиот Балтички регион.

Основниот заклучок, направен од експертите на Првиот конгрес за рурален туризам е дека на алтернативниот вид на туризам му припаѓа значителен дел од европскиот туризам. Посочените статистички податоци покажуваат дека:

- постојат 200 000 понудувачи на рурален туристички производ во руралните средини на Европа;
- се нудат 2 000 000 легла во местата за престој кои се наоѓаат во руралните средини;
- отворени се 500 000 работни места во туристичките претпријатија кои го развиваат руралниот туризам; и
- реализирани се 12 милијарди евра приходи од туристите кои престојувале во руралните средини. Ако кон таа сума се додаде и реализацијата во другите гранки поврзани со туризмот, таа сума изнесува 26 милијарди евра. Ако кон неа бидат вклучени и

²⁹⁵Номенклатура на територијални единици за статистика.

претпоставените приходи од сивата економија, тој показател би можел да ја достигне сумата од 65 милијарди евра.

Истражувањето на Еуроброметер²⁹⁶ од 1998 год., покажува дека 23% од Европејците ја избираат руралната средина како туристичка дестинација. Овој процент во 2010 г. е зголемен на 28%, вклучувајќи ја и Република Македонија (36%)²⁹⁷.

Прашања за дискусија:

Каква е класификацијата на видовите алтернативен туризам од страна на Генералната дирекција за туризам во Португалија? Како го стимулирала развојот на руралниот туризам државата преку иницијативите “одмор под крушовото дрво” и “зелените дробови на Полска”? Кои се резултатите од активностите на Националната асоцијација за развој на руралниот туризам ANTREC од Романија? Во која година Сојузот на заедниците на Словенија изготвил платформа за развој на туризмот во руралните средини? Какви објекти се салашите во Србија? Што претставуваат отворените фарми во Данска? Во Унгарија, странските туристи се привлечени од три фактори поврзани со руралниот туризам, кои се тие? Кои се активностите на Сојузот за развој на руралниот туризам во Украина? Каква е улогата на Работна група за развој на руралниот туризам во Финска? Колку од 50-те американски државни туристички асоцијации развиваат програми кои се специјално наменети за руралниот туризам? Што претставува Farm stay willage project во Јужна Кореа? Кои се меѓународните организации кои се занимаваат со рурален туризам?

Вежби:

Првиот конгрес²⁹⁸ за рурален туризам во Европа е одржан во 2003 год. во Шпанија. Во нашата земја до сега не е организиран ваков настан. Факултетот

²⁹⁶“The Europeans on holidays: Facts and Figures”, European Commission, 1998, (pdf), p.6

²⁹⁷“Survey on the attitudes of Europeans towards tourism: Analytical report, Wave 2”, European Commission, 2010, (pdf) p.36, Истражување спроведено од “The Gallup Organisation, Hungary” во 27 европски земји членки на ЕУ и пет дополнителни држави: Хрватска, Турција, Република Македонија, Норвешка и Исланд по нарачка на Европската комисија

²⁹⁸ Состанок на делегати кои разговараат за важни прашања, собир на научници кои расправаат за важни проблеми.

за туризам и бизнис логистика планира во 2013 год. да организира Конгрес за рурален туризам во кој ќе бидат вклучени и студентите. Дали има потреба од организирање на ваков настан? Во кој период според вас би требало да биде организиран овој конгрес? Колку луѓе се потребни за организација? Како би требало да биде именуван овој настан? Како би изгледало логото за овој настан? Кој би требало да биде поканет? Дали треба да има учесници од странство? На кое место треба да се одржи? Кој би биле темите на конгресот? Кои ќе бидат придобивките од одржувањето на ваквиот настан?

Домашна задача:

Коментар на интернет страната www.antrec.ro

ГЛАВА III РУРАЛНИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

1. Состојбата на руралниот туризам во Република Македонија

Класификацијата на регионите се користи со цел планирање на нивниот развој од страна на институциите на национално ниво. Според нас, развојот на туризмот во Република Македонија генерално, како и развојот на руралниот туризам треба да се разгледуваат преку развојот на регионите. Во нашата земја, малку автори се занимаваат со проблематиката на туристичките региони. Науме

Мариноски на пример, прави поделба на три туристички региони: западен, средишен и источен. Според Просторниот план на Република Македонија²⁹⁹, постојат 10 туристички региони, а според Туристичкиот водич на Македонија, постојат девет туристички региони³⁰⁰.

Во интерната скрипта земени се статистичките региони за кои сметаме дека се најадекватни за нашата цел. Номенклатурата на територијалните единици за статистика (НЕТС 1), како основа за прибирање, обработка и публикување на регионална статистика, е воспоставена од страна на Еуростат (статистички уред на Европската Комисија), во соработка со националните статистички институти на земјите членки. Основна цел на класификацијата НЕТС е да обезбеди единствена и унифицирана поделба на територијалните единици на регионално ниво. Продуцирањето (обезбедувањето) на усогласени и споредливи статистички податоци за пазарот на трудот, земјоделството, демографијата, образованието, економијата и др., на ниво на региони, претставува основа за планирање и развој на регионалната политика во ЕУ³⁰¹. Во таа насока е и донесениот Закон за рамномерен развој на регионите во Република Македонија³⁰². Официјално, Македонија е поделена на **осум плански региони**, кои служат за статистички, економски и административни целии тоа: Скопски, Североисточен, Источен, Југоисточен, Вардарски, Полошки, Југозападен и Пелагониски регион. Покрај регионите, првостепена административна поделба на Македонија се општините.

Најголем регион по површина е пелагонискиот, кој има и најмногу населени места, околу 343, но се одликува со мала густина на населеност од 50 жители на километар квадратен, додека најмалиот регион, скопскиот има изразито густа населеност од 319 жители на километар квадратен и апсорбира повеќе од една четвртина од вкупното население во Македонија. Руралните општини се доста застапени речиси во сите региони, меѓутоа најголем дел од населението живее во поголемите урбани центри, што упатува на нерамномерна концентрација на

²⁹⁹“Просторен план на Република Македонија – Стратегија за просторен развој”, Министерство за животна средина и просторно планирање, 2004

³⁰⁰ „Туристички водич: Македонија – земја на природата, лулка на културата”, Министерство за економија на Република Македонија

³⁰¹“Регионите во Република Македонија, 2009”, ДЗС, 2010

³⁰²“Закон за рамномерен регионален развој”, Службен весник на РМ, бр.63 од 22.05.2007

населението внатре во регионите. Полошкиот и југозападниот регион се издвојуваат според високото учество на населението кое живее во руралните средини, додека во другите региони руралните населби се поретко населени.



Слика бр.1, Регионите во Република Македонија

Во Република Македонија не постои единствено становиште во однос на прашањето: Што е рурален туризам и кои се неговите карактеристики? Погolem дел од авторите руралниот туризам го нарекуваат селски, некои автори зелен или еко туризам, трети алтернативен, етно, агро итн. Според нас, во литературата треба да постои единствено објаснување на **терминот “рурален”**. Од една страна, тоа би било од полза за потенцијалните туристи, кои би можеле да го препознаат овој вид на туризам и со тоа би знаеле што се е вклучено во ваквиот туристички производ. Од друга страна, користењето на терминот “рурален” е оправдано бидејќи, самиот термин се користи на меѓународно ниво и во повеќе странски јазици. Трето, претприемачите кои се занимаваат со рурален туризам би требало да изградат единствен став, кој би го вклучил користењето на терминот “рурален” во нивната туристичка понуда. Четврто, правилната законска формулација на услугите кои влегуваат во руралниот туристички производ ќе и овозможи на државата да направи стратегија за развој

и да ги искористи позитивните страни од тој развој. Сето тоа ќе помогне за разбирањето на руралниот туризам, како од теоретска, така и од практична гледна точка.

Зголемениот интерес во последните неколку години за развој на руралниот туризам во Република Македонија, е тесно поврзан со неопходноста да се разнообрази понудата на македонскиот туристички производ, кое би помогнало за:

- зголемување на искористеноста на туристичкиот потенцијал на земјата;
- промена на имиџот на Македонија, во насока на тоа дека, не сме земја која нуди традиционален езерски туристички производ;
- намалување на регионалните разлики;
- создавање на можност за дополнителни приходи во руралната заедница; и
- намалување на невработеноста во руралните средини.

Претворањето на овие позитивни цели во реални, ќе зависи од тоа на каков начин понудата на руралниот туристички производ, ќе биде прифатена и оценета од целните групи на туристичкиот пазар. Во пракса, при носењето на одлука за некое туристичко патување, поголемо значење има субјективната претстава на потенцијалниот турист за одредена дестинација, отколку реалните услови во неа.

Во тој контекст, акцентот при понудата на руралниот туристички производ, би требало да се фокусира на:

- создавање на еколошка популарност на руралните средини (туристите треба да бидат убедени, дека, руралната средина во која ќе го поминат својот одмор располага со автентична природна средина);
- поставување на светски стандарди во областа на квалитетот на услугите, контактот “турист-домаќин” е исклучително важен во случаите, кога основниот мотив на туристот за посета на рурална средина е неговата желба, барем за малку да биде дел од руралната

атмосфера. Бидејќи руралниот туризам е нов вид во Република Македонија, на руралните домаќинства им недостасува искуство при услужувањето на туристите. За да се надмине овој проблем, домаќинствата би требало да поминат обуки од специјалисти во оваа област;

- елементите на руралниот туристички производ, се поврзани со компаративните предности на руралната средина. Можно е да има разминување помеѓу желбата да се понудат определени дејности и недостаток на соодветни ресурси за нивниот развој; и
- маркетинг и реклама, во Република Македонија недостасува изграден и функционален систем за собирање на статистичка информација и специјализирано истражување на пазарот за руралниот туристички производ, во однос на обемот и структурата на неговата побарувачка. Тоа влева несигурност кај оние кои го нудат производот, бидејќи при изработка на нивните прогнози и оцена на дејноста, треба да се водат од својата интуиција и искуство, а не од објективните факти.

Развојот на руралниот туризам има големо влијание врз руралната средина која го нуди. Ефектот од развојот се чувствува најмногу во следните три сфери:

- Економија (развој на локалната економија);
- Инфраструктура (подобрување на сегашната и изградба на нова, социјална и производствена инфраструктура во руралната средина) и
- Екологија (заштита на животната средина).

По интензивните урбанизациски процеси во Република Македонија, во 60-тите и 70-тите години на минатиот век, руралните средини сериозно заостанаа во својот економски развој. Обидите на државата да ги реши болните економски проблеми на руралната средина, со пренесување на дел од индустријата таму успеа да го реши проблемот само за кратко. По распаѓањето на Бивша Југославија, овие фабрики беа затворени, а луѓето од руралните средини својата иднина ја побараа во градовите. Во моментов, **проблемите** во руралните средини се поврзани со:

- Миграцијата “село-град”. Поголемиот дел од луѓето кои се на возраст за пензионирање, ги користат како место на живеење своите имоти во руралната средина, каде се занимаваат со селско-стопанска дејност и од тоа се издржуваат. Тоа го компензира (до одреден степен) одливот на млади луѓе од руралните средини, но значително ја влошува старосната структура на населението;
- Со стареење на населението, се намалува бројот на млади луѓе во руралните средини, а се зголемува оној на населението над 60 години;
- Ниско ниво на образование, поголемиот дел од луѓето во руралните средини се со основно и средно образование;
- Ниски доходи, претежно од пензии;
- Голем степен на невработеност, по затварањето на земјоделските задруги кои имале голем број вработени, современите претпријатија не се во состојба да ја вработат слободната работна рака во руралните средини;
- Низок степен на диверзификација на производството, поголемиот дел од вработените се занимаваат со земјоделие, преработка на дрва и трговија; и
- Инфраструктура која не се одржува.

И покрај фактот што Република Македонија “располага” со неопходните вредности, руралниот туризам во нашата земја не е способен да привлече многу странски туристи (голем дел од експертите во туризмот кај нас се убедени во спротивното). Во нашата земја, тешко ќе биде достигнато нивото на понудениот рурален туристички производ од западно европските земји, поради фактот што во овие земји тој е насочен и стимулиран од централната и локалните власти. Резултатот на ова е големата конкурентна способност на западноевропските рурални средини. Високиот квалитет на понудениот рурален туристички производ во Западна Европа и неможноста на македонскиот туристички производ да се конкурира со него налага потреба за поголеми напори во привлекувањето на странски туристи. Нашиот производ, треба да биде насочен кон целни групи, за кои водечки мотив при изборот на дестинација за рурален туризам не е толку квалитетот, колку интересот за македонската природа, култура, занаети, кујна и други карактеристики на руралните средини.

Изброените ресурси го формираат јадрото на руралниот туристички производ кој бил побаруван во и надвор од ЕУ.

За да биде елиминиран дел од проблемите кои го оневозможуваат развојот на руралниот туризам во Република Македонија, неопходно е да биде детално проучено искуството на државите со развиен рурален туризам. Целта е да биде разработена и спроведена правилно насочена туристичка политика од страна на централната и локалните власти, која би имала превентивно дејство. Неопходно е многу точно да биде прецизирана фазата во која се наоѓа развојот на руралниот туризам во Република Македонија и врз основа на тоа да бидат превземени соодветни мерки, кои веќе дале позитивни резултати во други држави.

Не е мал бројот на македонските домаќинства, кои поседуваат сопствено второ живеалиште со дворно место кое што се наоѓа во рурална средина. Во основа тоа се користи за извршување на селско-стопански дејности насочени кон потпомагање на семејниот буџет. Обично овие живеалишта се користат во деновите за викенд, за годишниот одмор, за празници и како основно место за живеење после пензионирањето. Сопствениците на тие имоти живеат во населени места од градски тип. Основна концентрација на македонското население е во градовите Скопје, Битола, Прилеп, Тетово, Куманово и др. Динамичниот живот во големиот град, долгите растојанија, финансиските и други проблеми, ги попречуваат жителите на овие градови да патуваат редовно до селските имоти, кое со тек на времето води до прекинување на физичката врска со селото. За средното и повозрасното поколение во Македонија, духовната врска со селскиот корен останува силна. За разлика од нив, младото поколение во Македонија не се ни запознаени со начинот на живот во село. Како целни групи за развојот на руралниот туризам можат да бидат опфатени, како луѓето за кои селскиот живот бил секојдневие во определен дел од нивниот живот, така и оние кои воопшто не се доближиле до него. Оние целни групи на туристи кои практикуваат рурален туризам, живеат во големите градови, каде разликата меѓу силно урбанизираната динамична средина и спокојството на селото се најсилно изразени.

Една од основните слабости во постојната етапа на развој на туризмот во руралните средини кај нас е недостигот на истражувања во оваа област. Недостасуваат официјални статистички податоци за општата состојба на овој пазар како: број на туристи, приходи од руралниот туризам, број на места за престој и објекти за сместување, сезонска искористеност на објектите за сместување и исхрана итн. Недостатокот од такви статистички податоци во голема мерка ја отежнува анализата и можностите да се прават објективни анализи и прогнози за развојот на руралниот туризам и неговите форми кај нас. Се уште не се спроведени специјализирани маркетиншки истражувања односно:

- Претставите на граѓаните на Република Македонија за содржината на руралниот туристички производ (руралниот туризам е релативно нов вид туризам кај нас);
- Предодреденост на граѓаните на Република Македонија кон руралниот туризам – постоењето или недостатокот на интерес за употреба на туристичкиот производ;
- Мотивите кои што ги поттикнуваат луѓето да преферираат одмор во рурална средина;
- Конкурентната способност на руралните средини;
- Очекувањата во однос на содржината и квалитетот на руралниот туристички производ;
- Цената која се спремни да ја платат; и
- Изворите на информации.

Едно од малкуте истражувања направени на оваа тема, е она на Државниот завод за статистика³⁰³. Податоците добиени од него се следните: 8,90% од испитаниците го поминале одморот во објект кој се наоѓа на село. Најчесто овој престој се одвивал кај пријатели и роднини – 78%, во сопствена куќа – 12% и 9% во приватно сместување. Според истражувањето, просечните трошоци на македонските граѓани (вклучувајќи го и превозот) изнесуваат 383 денари, а просечниот престој 12,4 дена. Треба да бидат споменати и истражувањата кои ги прави GfK³⁰⁴, кои ги прикажуваат реализираните одмори

³⁰³“Патувања на домашното население”, ДЗС, 2008

³⁰⁴www.gfk.co (05.07.2010)

на граѓаните од урбаните средини во нашата земја. Според истражувањето на GFK, направено во април 2010 г., сегментот на младата популација од урбаните средини, која заминува на одмор е значително поголем од оној на повозрасните граѓани. Полезна информација дава едно истражување, спроведено во бањските центри во Република Македонија кое ги опфаќа ставовите на посетителите на овие центри³⁰⁵. Истражувањата од овој тип се исклучително полезни, но за жал се во мал број и достапни за пошироката туристичка јавност.

Недостатокот од официјална статистичка информација во моментот, наложува спроведување на специјализирани истражувања за потребите на домашните туристи и тенденциите за развојот на руралниот туризам во Македонија. Квалитетот на истражувањата ќе биде гарантиран од фактот, што во нивното спроведување ќе бидат ангажирани научни работници кои што имаат традиции во областа на туризмот.

Висината на платите на вработените во руралниот туризам е еден од факторите кој влијае на квалитетот на руралниот туристички производ. Во нашата земја **не се практикува** исплаќањето на месечни плати на членовите на семејството кои активно учествуваат во исполнувањето на различни дејности поврзани со услужувањето на туристите. Доходот на домаќинството како целина, се формира како остаток после покривање на расходите за извршување на дејноста и се распределува според преценката на руралното домаќинство. Таквата распределба на финансиските средства создава несигурност кај помладите членови на семејството, а главната причината е недостатокот од планирање на туристичката дејност. Погоре наведеното го отежнува определувањето на големината трошоците, а од таму и определувањето на реалната вредност на услугата и висината на заработувачката.

Истражувањата во Република Македонија покажуваат дека начинот на кој работат претприемачите во руралниот туризам се одвива во **две етапи**. Првата етапа вклучува започнување на туристичката дејност од руралните домаќинства. Во прво време тие ја развиваат дејноста како физички лица без регистрација. Предностите на дејноста како физичко лице се во тоа што немаат трошоци за

³⁰⁵Ташков, Н., “Туристички вредности на бањите во Република Македонија”, Штип, 2004

регистрација на фирма. Така руралното домаќинство ја легитимира туристичката дејност пред Управата за Јавни Приходи како издавање на соби под наем и за тоа плаќа данок. Според Законот за туристичка дејност, физичките лица треба да ги категоризираат објектите за сместување (во руралните средини тоа го прават општините), да ги уплаќаат собраните туристички такси³⁰⁶ и да водат книга за домашни и странски гости.

Втората етапа се поврзува со избор на соодветна правна и организациска форма и регистрација на руралното домаќинство според законот (ДОО, ТП, ДООЕЛ, АД и др.).

Треба да се одбележи дека многу ретко руралните домаќинства регистрираат туристички претпријатија при започнувањето на дејноста. Причината е неможноста да обезбедат финансиски извори за покривање на расходите при регистрацијата и понатамошното работење. Вообичаено таквите расходи руралните домаќинства ги финансираат со:

- сопствени средства;
- заеми од пријатели и роднини;
- преку кредити; и
- средства од проекти.

Поради горенаведеното, може да се констатира дека руралниот туризам во Република Македонија се развива многу тешко, бидејќи не располага со кадри и финансиски ресурси за вршење на продлабочени анализи на дејноста, долгорочно планирање и квалитетен маркетинг. Повеќето специјализирани услуги кои ги нудат приватните консултантски бироа често не се финансиски достижни за повеќето претприемачи кои го развиваат руралниот туризам. Сето тоа ја зголемува неопходноста од национална политика за развој на руралниот туризам, насочена кон нивно помагање при започнување на дејноста и првите години потоа.

Рекламата на руралниот туристички производ на национално ниво е недоволна и неефективна, а главна причина е финансиската. Истражувањата на

³⁰⁶“Законза такса за привремен престој”, Службен весник на Република Македонија, бр. 19/1996

понудата на руралниот туристички производ покажуваат дека руралните домаќинства остваруваат релативно активна рекламна дејност. Тие сами решаваат за содржината на отпечатените и дистрибуираните рекламни материјали, учеството во специјализирани туристички каталози, рекламите во весниците и др. Медиумот кој најчесто се користи како рекламno средство е интернетот, но најголемиот дел од гостите посетата ја направиле по препорака од роднини и пријатели.

Според Законот за туристичка дејност, поделбата на сместувачките објекти каде се нуди ноќевање на туристите е следната:

- основни сместувачки капацитети – хотели, мотели, туристички одморалишта и др.; и
- комплементарни сместувачки капацитети – куќи за гости, соби за издавање, вили, кампинзи, планинарски домови и др.

Сместувачките капацитети неопходни за развој на руралниот туризам во Република Македонија можат да бидат разгледани во повеќе насоки. Од една страна, македонските села располагаат со земјиште, местоположба и архитектура, кои се од исклучителна важност за развојот на туризмот. Од друга страна, состојбите на фасадите на стопанските имоти, внатрешното уредување на куќата, уреденоста и состојбата на дворот, како и санитарните јазли се далеку од посакуваната состојба. Лошата состојба на објектите се објаснува со ниските приходи на македонските домаќинства, кои во поголемиот дел се пензионери. Оваа констатација се однесува за традиционалните места кои имаат потенцијал за развој на рурален туризам во неговиот чист вид.

Во последните десетина години се обновуваат постоечките и се градат нови објекти во руралните средини (со цел туризам), кои често ги надминуваат по комфор повеќето градски живеалишта. Голем дел од руралните домаќинства кои се занимаваат со рурален туризам во Република Македонија, се запознаени со барањата за изградба и опремување на објектите за престој наведени во

Правилниците за минимално техничките услови за вршење на угостителска и туристичка дејност и Правилникот за категоризација на туристичките објекти³⁰⁷.

Македонскиот двор и македонската куќа имаат **свои специфичности**. При кооперативниот³⁰⁸ начин на обработка на земјата во Република Македонија, пред 90-тите години на минатиот век не постоеле земјоделски стопанства како оние во Западна Европа. Малку е веројатно такви да бидат изградени и во иднина поради потребата од блискост и силно изразеното социјално чувство кај Македонците, кое секогаш создавало потреба да се види со пријатели во кафеаната, крчмата итн. Селски стопанства од типот на “американска фарма”, надвор од селото се реткост во Република Македонија.

Елементот од селското битие кое се наоѓа во основата на македонскиот рурален туристички производ е дворот, кој што не само е место за активна стопанска дејност, туку е и атракција во која може да учествува туристот. Еден дел од македонскиот двор се користи за извршување на стопанска дејност – се одгледуваат животни, зеленчук, овошје, грозје и др. Поради малите површини на дворното земјиште, бројот на домашните животни во нив е ограничен. Другиот дел од дворот се простира непосредно пред куќата. Основни елементи тука се масата и столовите за ручање (под лозницата, покрај чешмата и др.). Важен елемент е цветната градина, опеана во народните песни како скриено место од

³⁰⁷“Службен весник на Република Македонија”, бр.16, 2006

³⁰⁸ Доброволно здружение на луѓе што вршат одредена дејност. Според Валентина Ангеловска, новинар во весникот Дневник, задругарството и кооперативите повторно се враќаат во македонскиот аграр. Во собраниска процедура веќе е влезен новиот Закон за задругарство, со кој се прецизирани сите детали што го дефинираат здружувањето. Според експертите, окрупнувањето на парцелите и меѓусебното здружување на фармерите е најбитната работа што треба да се направи во аграрот пред воопшто да се помисли за членство во ЕУ. Во земјава веќе функционираат осумнаесет кооперативи, кои се формирани по стариот закон и кои ќе треба да се пререгистрираат по новите услови. Бројката на сегашните здружувања е занемарлива ако се знае податокот дека во земјава има околу 60.000 земјоделци кои самостојно вршат дејност. Од Министерството за земјоделство најавуваат дека сите земјоделци што ќе решат да се здружат во кооперативи, годинава од државата ќе добијат одредена парична помош за покривање на дел од трошоците. Услов за тоа е да имаат изработена и одобрена програма. Земјоделците, генерално, не се за здружување. Од вкупно регистрираните 52 задруги, активни се само 15. Повеќето производители сè уште гледаат со сомнеж на задругарството, го поистоветуваат со периодот од 50-тите и 60-тите години на минатиот век, кога им беа одземани имотите. Но, целта на задругите денес е производителот да има неприкосновено право на сопственост на земјиштето. Здружувањето практично се гледа исклучиво од аспект на економски интерес - подобрување на преговарачката позиција на секој земјоделец и зголемување на производството, задругата да биде достоин партнер за дијалог со откупувачите. Според Борис Анакиев, македонското земјоделство има две сериозни задачи пред да почнат преговорите за влез во Унијата. Едната е да се надмине централизираното планско стопанство и да се развие пазарната економија, а втората е да се приспособи на регулативата на ЕУ.

кое момата тешко се дели при мажењето. Во планинските региони, овие дворови за средби и контакти се дел од самата куќа поради студената клима.

Дел од новоизградените објекти (наменети за туристи) во руралните средини не одговараат на очекувањата за автентичност – на пример: се користат тапети со нацртани камени цигли, пластични маси, имитации на дрво и др. Македонскиот двор и куќа, пред се треба да бидат автентични и сочувани, за да создаваат чувство на комфорт и задоволство од престојот во руралната средина на градскиот посетител. Дворот и куќата се внатрешниот израз на македонскиот карактер, за кој се типични човечноста и дружељубието и тие треба да бидат почувствувани од гостинот (туристот). Онака, како што германскиот турист е заинтересиран за шпанскиот темперамент, така и странскиот турист во Република Македонија треба да го почувствува специфичниот карактер на Македонците, заедно со нивната умешност да создадат пријателска атмосфера.

Поради нивната специфика, македонските села тешко може да развиваат форми на рурален туризам кои се карактеристични за руралните средини во Европа и другите континенти. Затоа, во Република Македонија, тешко можат да се реализираат определбите на Foiera и другите автори за “аграрен туризам”, “фармерски туризам” и “одмор во селски двор”, карактеристични за земјите од Западна Европа и САД. Фармерските куќи со голем стопански двор, сместени надвор од населени места не постојат или се реткост во Република Македонија, како во минатото така и сега.

Не се малку руралните домаќинства кои во општинската администрација гледаат одговорен партнер во остварувањето на туристичката дејност. Поради големите очекувања, руралните домаќинства добиваат негативна претстава за општинските власти во однос на развивањето на туризмот. Постои толерантност од страна на претприемачите во руралните средини, бидејќи општините не можат да заземат цврст став во решавањето на проблемите поврзани со развојот на руралниот туризам, поради ограничените финансиски можности. Треба да се напомене дека во рамките на општинската администрација треба да бидат отворени сектори или одделенија за туризам, кои би ги презеле активностите поврзани со развојот на руралниот туризам. За жал, согласно податоци од Адресарот на општините во нашата земја, вакви сектори или одделенија постојат

само во три градови - Скопје, Битола и Охрид³⁰⁹. И покрај тоа, општините во Република Македонија реализираат проекти за развој на руралниот туризам, кое вклучува печатење и дистрибуција на рекламен материјал. Типични примери за вакви проекти се: меѓуопштинската соработка “Јакнење на локалните институции и организации за развој на руралниот туризам”, помеѓу општините Дебарца и Охрид; Стратегијата за развој на руралниот туризам во општина Зрновци; Стратегијата за развој на руралниот туризам во општина Чешиново-Облешево; Студија за развој на агротуризмот во Општина Ресен; Развој на еко/рурален туризам во Општина Босилово и други. Треба да биде споменато дека, пограничните општини од своја страна соработуваат и реализираат проекти за развој на руралниот туризам со други погранични општини од соседните земји.

Друг фактор во развојот на руралниот туризам се невладините организации. На официјалниот веб сајт на Управата за Јавни Приходи³¹⁰, можат да бидат пронајдени десетина здруженија поврзани со руралниот туризам. Како пример за ваква организација би ја истакнале Балканската асоцијација за алтернативен туризам – Балканија. Оваа асоцијација во летото на 2010 г. спроведе успешна иницијатива – Скопско културно лето, во рамките на кое секој викенд беше организирана посета на некоја рурална дестинација во нашата земја. Не е мала улогата и на Германското друштво за техничка соработка (ГТЗ РЕД), кое има направено голем број на инвестиции под формата на обуки и проекти, за развој на руралниот туризам. Во овој контекст, полезен е каталогот “Со европски пари до развој на алтернативниот туризам”, издаден од Фондацијата Институт отворено општество. Друг пример за невладина организација на која една од целите е развој на руралниот туризам е спроведената обука за тренери од областа на рурален туризам во рамките на проектот “Развој на рурален туризам” кој го имплементира “Локална агенција за развој” од Струга во соработка со “Израелската агенција за развој на меѓународна соработка”. Станува збор за успешна локална граѓанска иницијатива која произлезе од реалната потреба на регионот за развој на рурален туризам. Иницијативата ја покренa граѓанската организација “Локална агенција за развој” од Струга и наиде на голема поддршка од амбасадорот на

³⁰⁹“Адресар на општини во Република Македонија”, МЦМС и ЗЕЛС, 2010 (pdf)

³¹⁰ <http://www.ujp.gov.mk/>

Израел, неговата екселенција г-динот Давид Коен. “Овој проект е дел од стратешките приоритети на Македонија за развој на руралните средини и е прв проект кој вклучува голем број локални и регионални организации во остварување на заедничка цел за развојот на регионот. Следна активност е формирање бизнис-инкубатор за туризам“ изјави координаторот на ЛАР, Катерина Василеска. Триесет и седум тренери добија сертификати за поминатата обука и стекнатите познавања на аспектите на овој вид на туризам.

Во следните неколку реда, ќе бидат посочени текстовите на неколку **законски одредби** од Законот за угостителска и Законот за туристичка дејност (не постои закон за туризам или рурален туризам) во Република Македонија, кои индиректно го регулираат руралниот туризам³¹¹. Во нив е наведено, дека во селските домаќинства се даваат услуги на издавање на соби и апартмани, чиј сопственик или носител на правото на користење е член на селското домаќинство, и тоа најмногу до десет соби, односно 20 легла. Во селските домаќинства можат да се подготвуваат и послужуваат топли и ладни јадења, пијалаци и напивки главно од сопствено производство најмногу за 50 лица (излетници) истовремено. Во селските домаќинства можат да се даваат услуги на дегустација на вино или ракија, како и служење на храна од домашно производство во уреден дел од станбен или деловен објект, во затворен, покриен со натстрешник или отворен простор, најмногу за 50 лица (излетници) истовремено. Туристички услуги во селскиот и етно туризмот се: изнајмување на коњи за јавање, фото сафари, изработка и продажба на домашни ракотворби, сувенири, инструменти и други производи и услуги во селското домаќинство.

Во стратегијата за развој на туризмот на Република Македонија се наведува дека руралниот туризам е нова дејност и се посочуваат 10 постојни локации на рурален туризам: Брајчино, Вевчани, Галичник, Зрновци, Берово, Пехчево, Банско, Смоларе, Мокрино, Колешино³¹². Овие локации би ги дополниле со: Лазарополе, Варвара, Македонски брод, Демир Капија, Крушево, преспанските и под пелистерските села, Лесново, Дојран, Владимирово, Бабино, Јанче и др. Талеска посочува околу 60 села во кои може да се развива руралниот

³¹¹“Закон за угостителска и Закон за туристичка дејност”, Службен весник на РМ, бр.62 од 16.10.2004

³¹²“Национална стратегија за развој на туризмот 2009-2013”, РМ, 2009

туризам³¹³. Во нашата земја не постои точна статистика колку објекти нудат услуги поврзани со руралниот туризам. Според нас, околу 250-300 објекти во руралните средини нудат рурален туризам. Поголемиот дел од овие објекти се сконцентрирани главно во три региони: Југозападниот, Пелагонискиот и Источниот.

Од аспект на образовниот систем, руралниот туризам во Република Македонија се појавува најпрво во средното образование. Така од 2012 год. во СОУ “Св. Наум Охридски“ во Македонски Брод се воведува нов профил угостителски техничар за рурален туризам во угостителско – туристичка струка. На факултетите на кои се изучува туризмот го среќаваме како предмет или како насока на додипломските и постдипломските студии.

Централен орган во нашата земја кој се занимава со развојот на туризмот е Секторот за туризам при Министерството за економија. На второ место се наоѓа Државната агенција за промоција и поддршка на туризмот, чија основна цел е да осмислува адекватна рекламна и маркетиншка политика за македонскиот туризам на национално и меѓународно ниво. Исто така, на различен начин ги потпомага претприемачите во туризмот. Една од точките во Програмата за развој на туризмот за 2011 г. е изработката на Стратегија за рурален (селски) туризам, за чија цел се одделени 800 000 денари. Стратегијата е изработена следната година од страна на Таргет Комуникации и важи за периодот од пет години 2012-2017 година³¹⁴. Во 2010 год. беше промовирана Студија за развој на туризмот во Шарпланинскиот регион, која исто така ја обработува проблематиката на руралниот туризам во нашата земја³¹⁵.

Државата ќе го развива селскиот туризам со градење македонско етно село, кое треба да „никне“ на падините на Водно, кај Св.Пантелејмон. Во ова село, кое ќе се протега на повеќе од 15.000 квадратни метри ќе бидат изградат автентични куќи, кои ќе ја претставуваат специфичната архитектура и стилски карактеристики од беровско-малешевскиот крај, делчевскиот, кратовскиот,

³¹³Талеска, М., “Рурален туризам”, Библиотека Студиорум, Скопје, 2009, стр.108-143

³¹⁴ “Национална стратегија за развој на руралниот туризам 2012-2017”, Министерство за економија – Сектор за туризам, 2012

³¹⁵ “Студија за развој на туризмот во Шарпланинскиот регион”, ЕПИ Центар, 2010

полошкиот, прилепскиот, галичкиот и скопскиот. Дел од комплексот ќе бидат и музејот во кој ќе биде изложено дел од етнолошкото наследство на Македонија, амфитеатар, традиционален ан, воденица, валалница, трло, штала и рибник, сите во стар традиционален стил. Проектот е замислен повеќе како туристичка атракција, комплекс со места за спиење, воденици, ковачница, ткајачница, продажба на сувенири, како и подготовка на храна од повеќе кујни на Македонија.

Исто така, државата за граѓаните што ќе се одлучат да отворат бизнис во руралните средини ќе им додели финансиска поддршка во висина од 50 проценти од трошоците за започнувањето на бизнисот. Поддршката се однесува на отворање било каков бизнис почнувајќи од најмалите, како автомеханичари, сервис за миене автомобили, фризерници и занаетчији се до преработувачки капацитети и погони за производство на малите и средните претпријатија.

Позитивен потег од страна на Владата на Република Македонија се 29-те снимени репортажи за посета на различни дестинации во нашата земја. Овие репортажи се емитуваат на поголемиот дел од телевизиските канали и се дел од кампањата - Истражи ја Македонија, а се однесуваат на промоцијата на Република Македонија како туристичка дестинација. Во репортажите направени за кампањата главната улога ја игра познатиот македонски актер Владо Јовановски. Оваа кампања се уште продолжува и во тек е снимањето на нови репортажи.

Од податоците на официјалната веб страна на кампањата Истражи ја Македонија³¹⁶, снимените репортажи по региони можеме да ги претставиме во следната табела.

Табела бр.1, Регионална распространетост на снимените репортажи од кампањата Истражи ја Македонија

Ред бр.	Регион	Сторија	Број на репортажи
1	Скопски	Матка, Гази Иса Бегова џамија, Скопје	3

³¹⁶ www.istracijamakedonija.com.mk(10.01.2013)

2	Полошки	Тресонче и Лазарополе, Јанче, Галичник, Шар Планина	4
3	Југозападен	Скребатно, Струга, Рајчица, Дебар и Косоврасти	4
4	Југоисточен	Вељуса, Смоларски водопад, Дојран	3
5	Вардарски	Бегниште, Демир Капија, од Скопје до Битола со воз	3
6	Источен	Берово, Лесново	2
7	Североисточен	Кратово, Куклица, Кокино	3
8	Пелагониски	Зовиќ и Дуње, Прилеп, Трескавец, Зрзе, Крушево и Цер, Брајчино, Ресен	7

Извор: www.istracijamakedonija.com.mk

Од табелата можеме да заклучиме дека најмногу од снимените репортажи или 7 се однесуваат на дестинации кои се наоѓаат во Пелагонискиот регион, а најмалку или 2 за Источниот регион. Останатите региони се застапени со 3, односно 4 видеа. Овие податоци ни укажуваат дека регионите имаат подеднаква застапеност во однос на бројот на репортажи кои се направени за дестинациите во рамките на нивната територија. Во репортажите најчесто се опфатени природните и антропогените вредности на дестинациите кои се препорачуваат за посета.

Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство го потпомага руралниот туризам со финансирање на проекти за негов развој по линија на програмата IPARD (мерка 302 – Инвестиции за диверзификација на руралните економски активности). Освен тоа, Агенцијата за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој го помага руралниот туризам преку мерка 4 - Финансиска поддршка на промотивни активности за развој на рурален туризам.

Како заклучок на досега кажаното, напорите на Република Македонија треба да бидат насочени кон:

- доизградување на инфраструктурата;

- подобрување на условите за безбедност и сигурност во населените места во кои се развива руралниот туризам;
- придржување кон принципите за одржливоста во туризмот;
- приближување на туристичката информација поврзана со руралниот туризам и
- вклучување и активно користење на новите информациски технологии во руралните средини.

Прашања за дискусија:

Каква е класификацијата на регионите во нашата земја (туристичка и статистичка)? Дали терминот рурален туризам е дефиниран кај нас? Кои се резултатите од активностите на Националната асоцијација за развој на руралниот туризам ANTREC од Романија? Во моментот, со што се поврзани проблемите во руралните средини во Република Македонија? Какви истражувања поврзани со руралниот туризам имаме во нашата земја? Кои се двете етапи во начинот на кој работат претприемачите во руралниот туризам? Каква е рекламата на руралниот туристички производ на национално ниво? Каква е состојбата со објектите за сместување? Кои се активностите на централната, локалната власт и невладините организации? Какви се законските одредби?

Вежби:

Националната стратегија за развој на рурален туризам 2012-2017. Презентација, коментари и дискусија.

Домашна задача:

1. Разгледајте ја интернет страната www.istracijamakedonija.com.mk која е дел од промотивната кампања на Владата - Истражи ја Македонија и дадете свој коментар. Какви видови на туризам се опфатени со овие репортажи? Колку од снимените репортажи се однесуваат на места кои развиваат рурален туризам?

2. Користејќи го интернетот посетете ја официјалната интернет страна на Службениот весник на Република Македонија www.slvesnik.com.mk и симнете ги Законите за угостителска и туристичка дејност (бр.62/2004 год.). Во кој член се содржи поделбата на сместувачките објекти, а во кој член се опишани услугите кои се нудат на туристите поврзани со руралниот туризам?

3. Преку интернет, симнете ја публикацијата на Државниот завод за статистика „Патувања на домашното население 2011“ од нивната официјална веб страна www.stat.gov.mk и дознајте ги податоците за патувањето и потрошувачката за туристички цели на домашното население во земјата за 2011 година, како важни индикатори за пресметка на туристичката потрошувачка. Какви се овие податоци во однос на руралниот туризам?

2. Регионална распространетост и потенцијал на руралните средини за развој на рурален туризам во Република Македонија

Регионалната распространетост и потенцијалите на руралните средини за развој на руралниот туризам во Република Македонија ќе бидат разгледани по статистички региони.

Табела бр.2, Регионална распространетост и потенцијал на руралните средини за развој на рурален туризам во Република Македонија

Ред бр.	Регион	Рурални средини
1	Скопски	Љубанци, Кучевиште, Чучер Сандево, Катланово, Матка
2	Полошки	Лешок, Варвара, Џепчиште, Сетоле, Врапчиште, Једоарце, Јанче, Лазарополе, Галичник, Тресонче, Маврово, Битуше
3	Југозападен	Косоврасти, Баниште, Вевчани, Вишни, Горна Белица, Модрич, Радожда, Пештани, Трпејца, Куратица, Велестово, Елшани, Гари
4	Југоисточен	Колешино, Мокрино, Смоларе, Габрово, Банско

5	Вардарски	Бегниште, Богомила, Теово, Папрадиште, Нежилово, Богословец, Росоман
6	Источен	Русиново, Лесново, Истибања, Свегор, Разловци, Зрновци, Бање
7	Североисточен	Кратово, Куклица, Кокино, Трново, Старо Нагоричане, Гиновци
8	Пелагониски	Брајчино, Љубојно, Долно Дупени, Стење, Маловиште, Ниже Поле, Дихово, Витолиште, Старавина, Градешница, Девич, Самоков, Бабино

Скопски регион

Селото **Љубанци** е ридско село кое се наоѓа на јужните падини во подножјето на Скопска Црна Гора на надморска височина од 749 метри. Љубанци е оддалечено 18 километри северно од градот Скопје. Атарот кој зафаќа 24,1 км² и се издигнува преку планината Скопска Црна Гора се до Општина Липково, а на него шумите зафаќаат 1166 ха, пасиштата 627 ха и обработливото земјиште 546 ха. Низ селото протекува Љубанската Река која е притока од која настанува реката Серава. Соседни села се Љуботен на исток и Побожје на запад, со кои е поврзано со асфалтен пат. Над самото село Љубанци во шумовиот предел веднаш до манастирот Свети Никола, постои детското одморалиште „Страхил Андасаров“ во кое денес повремено се згрижуваат бездомници. Населението во најголем дел се бави со земјоделство, најмногу со одгледување на полјоделски култури (житни и градинарски). Во Љубанци работат три продавници и уште неколку дуќани со угостителско-услужна дејност, како и мелница-млин за жито и производство на брашно. Во селото Љубанци постои познатиот Љубански манастир посветен на Свети Никола и црквата Св. Богородица.

Кучевиштее село во југозападните предели на Скопска Црна Гора, а воедно и во општината Чучер Сандево. Според пописот од 2002 година, селото имало население од 3.167 жители. Селото е ридско и куќите се издигаат на надморска височина од 530 до 620 метри. Од градот Скопје селото е оддалечено 15 километри. Во Кучевиште има основно училиште до VIII одделение и разни услужни и други објекти, а исто така и голема црква Воведение на Св.

Богородица, меѓу народот позната како Свети Спас. Таа била веројатно изградена во XIII век, а живописот се одвивал во три фази од XIII до XVIII век. Освен неа во селото се наоѓа и Кучевишкиот манастир.

Чучер Сандево се наоѓа на падините на Скопска Црна Гора, на север од Скопје. Истоимената општина зафаќа површина од 235 km², и има 8.493 жители. Во состав на општината има повеќе села, од кои најголеми се Бразда, Глуво, Сандево, Мирковци, Чучер, Бањани, Горњани, Кучевишта, Побожје и други. Покрај овие населени места, во општината има и три поголеми викенд населби: Бродец (Скопско), Сенора и Голиово. Во атарот на селото се наоѓа изворот на стариот римски водовод со кој преку аквадуктот се снабдувале со вода римските касарни. Името на Сандево е добиено од народниот херој од Втората светска војна, Александар Урдаревски-Санде. Во селото Чучер е родена познатата уметничка Зорка Ацковиќ-Метикош, интерпретатор на македонски народни песни и ора, која преку својата работа во познатиот македонски ансамбл за народни песни и ора ТАНЕЦ, придонела за негување и зачувување на македонското национално културно богатство и традиционалните вредности. Исто така, општината е богата и со многубројни манастири и цркви како што се св. Илија, св. Никита, св. Троица, св. Арангел. За љубителите на планините и убавата природа тука е и планината Скопска Црна Гора која нуди безброј трим патеки за планинаренје и излетнички места. Во општината како најразвиена стопанска гранка е земјоделието, потоа рудникот Бањани, како и повеќе приватни фирми: браварски, тулани, столарски, градежни стоваришта, ресторани, трговија и др.

Катланово се наоѓа во југоисточниот дел на Скопската котлина на десниот брег на реката Пчиња пред нејзиниот влез во Прнарска Клисуре. Селото Катланово е сместено во средишниот дел на Општина Петровец, низ него минува автопатот „Александар Македонски“ (Е-75), односно делницата Скопје - Велес и во неговата непосредна близина се наоѓаат термалните минерални извори на вода на кои е изградена познатата Катлановска Бања. Катланово е рамничарско село, расположено на надморска височина од 240 метри и од градот Скопје е оддалечено 27 километри. Куќите се распоредени од подножјето на ридот Падарница на северозапад во рамничарскиот предел крај десниот брег на реката Пчиња. Поради својата средишна местоположба во однос на повеќе други села во ридско-планинскиот предел во блиската околина селото Катланово е рурален

центар во рамките на Општина Петровец за селата Летеvци, Брезница, Градманци, Блаце, Бадар и Кожле. Поради ваквата географска местоположба од селото Катланово водат и три локални патни правци: кон селата Блаце, Бадар и Кожле, кон селата Летеvци и Брезница и кон селото Градманци кој како земјен пат продолжува кон селата Џидимирци и Крушје во Општина Велес. Атарот на Катланово зафаќа површина од 15,6 км², од кои 538 хектари се обработливо земјиште, пасиштата зафаќаат 621 хектар, а под шуми се 165 хектари.

Селото **Матка** се наоѓа на 11 км северо-западно од градот Скопје. Тоа е едно прекрасно село со бројно историско минато. Имено, во него се наоѓа езерото Матка со својата акумулација која што е најстара на Балканскиот полуостров изградена во 1938 година. Во непосредната околина на селото постојат повеќе црковни храмови изградени во средновековниот период, XIII и XIV век, како црквите „Св. Спас“ и „Св. Недела“ и манастирот „Св. Андреја“. Во близина на самото село се наоѓа и Кањонот Матка, на кој е изградена вештачката акумулација на реката Треска, и е добиено езерото Матка. Кањонот изобилува со надводни и подводни пештери.

Полошки регион

Селото **Лешок**, кое припаѓа на општината Теарце, се наоѓа во Полошката котлина, на 7 км северо-источно од Тетово. Лоцирано е во подножјето на Шар Планина, на надморска височина од 450-550 метри. Поради својата погодна микро клима се смета за воздушна бања што значи има можности за развој на здравствен туризам. Селото се споменува на почетокот на средниот век како градска населба под името Леген Град. За него сведочат археолошките остатоци, од кои најпознато е Лешокото Кале. Околината има прекрасна природа, со бујна вегетација, пространи шуми од костен, даб, бука, лешник, орев, багрем и др, а реките Лешочка и Бистрица, се богати со речна пастрмка. Се претпоставува дека Лешок некогаш бил духовен и образовен центар на Полог и дека имал околу 40 цркви. Денес од сите нив, целосно зачуван е еден од најпознатите манастири - Лешочки манастир, како и трите цркви: најпозната е Света Богородица (18 век обновена од големиот просветител Кирил Пејчиновиќ),

Свети Атанасиј (изградена во 1331 година, а обновена во триесетите години на XX век) и Свети Кирил и Методиј која се наоѓа во конакот на манастирот. Во Лешочкиот манастир живеел и творел еден од најпознатите македонски преродбеници и просветители, Кирил Пејчиновиќ. Во Лешок посебно доживување е ноќевањето во манастирскиот конак, каде се на располагање 8 соби со околу 30 кревети. Може да се ноќева и во блиското село Варвара во угостителскиот објект кој располага со четири трокреветни соби.

Селото **Варвара** е сместено во падините на Шар Планина, на надморска височина од околу 500 м со прекрасен поглед кон Полог и околните селата. Ова рамничарско село е оддалечено од Лешок на само три километри, а до него води асфалтиран пат. Според турски документи од 1626-1627 година с.Варвара се наоѓало во вилаетот Калканделен (Тетово) и било населено од 22 фамилии, а според пописот од 2002 година денес ова село е без жители.Лешок и околните села можат да понудат гастрономски туризам – локални специјалитети, шарска плескавица, лешочко тавче-гравче, комат, тури-потпечи, сеченца и другите специјалитети. Постои традиција за производство на ракија и вино од лешочките лозја (функционира и погон за ракија кој се наоѓа во селото). На патот за село Варвара се наоѓа Марков камен – осамена карпа во јајцевидна форма, висока над три метри, за која постојат неколку легенди.

На само два километри од Лешок, на патот кон Тетово, во селото **Џепчиште** се наоѓа најмалиот етнологски музеј на светот. Музејот е сместен во викенд куќата на Симеон Златев - Моне, која се наоѓа под манастирот Св. Богородица и црквата Св. Атанасија. На овој мал простор од само 7,2 м² се сместени над 1150 експонати, кои според сопственикот на музејот датираат од околу 8000 година пред н.е. до 20 век.

Сетоле е ридско-планинско село, оддалечено од Тетово 12 километри, а од селото Џепчиште до Сетоле води 5 километри долг асфалтиран пат. Ова село е сместено во подножјето на Шар Планина, на 950 до 1000 метри надморска височина. Според турски документи од 1628 година селото Сетоле се наоѓало во вилаетот Калканделен (Тетово) и било населено од 25 христијански фамилии. Денес ова село, според пописот од 2002 година има само двајца жители. Некогашното училиште во Сетоле, од 1950 година е адаптирано во ловечки дом

на Ловечкото друштво Шар Планина од Тетово кое претставува добро организирано здружение кое има големи амбиции за ширење на ловниот туризам во ова подрачјето кое е богато со дивеч, особено со диви свињи, срни, зајаци, фазани, како и мечки. Ловниот дом е добро опремен за претстој на поголем број ловци и љубители на природата. Во селото постои и црква Света Богородица Пречиста која за време на воените случувања во 2001-та година била прилично оштетена, меѓутоа Црковниот одбор и луѓето од Сетоле пристапиле кон нејзина санација и денес таа е целосно обновена.

Микро регионот на село **Врапчиште**, Гостиварско, е на 580 метри надморска височина. Ова село е сместено во Полошката Котлина, помеѓу градовите Тетово и Гостивар. Врапчиште со бројот на своите жители и со својата инфраструктура се повеќе наликува на мало модерно гратче. Во Врапчиште околната природа нуди можност за прошетки и пикници. Веднаш по излезот од автопатот Скопје – Тетово - Гостивар се наоѓа излетничкото место „Чифлик“, со новоотворен ресторан којшто нуди локални специјалитети.

Од аспект на руралниот туризам посебно на туризмот со традициско значење или селскиот туризам треба да се издвои Реканскиот регион. Сместен е во западниот дел на Македонија, помеѓу Маврово и Дебар од едната, и помеѓу границата со Република Албанија и кичевската област, од другата страна. Географски гледано, Реканскиот регион на северозапад е омеѓен со јужните ограноци на Шар Планина, а на југ со северните делови на планината Дешат. На запад границата на Реканскиот крај ја исцртуваат планините Кораб и Крчин, а на исток Бистра и Стогово. Регионот своето име го добил од реката Радика и по нејзината притока Мала Река. Со оглед на изразито суровиот релјеф, со голем број планински врвови повисоки од 2500 м.н.в., комуникацијата меѓу населбите се одвивала по речните текови. Во самиот регион може да се издвојат неколку целини и тоа: Горна Река, Долна Река, Голема Река, Мијачија и Малорекански крај.

Во овој крај денес фигурираат 21 населено место од кои 17 се постојни, а другите се раселени: Болетин, Росоки, Селце, Тресонче, Галичник и Сушица. Меѓу постојните села, преовладуваат малите, со помалку од 300 жители. Богатството на зачуваниот фонд и специфичните облици на градби и објектите

на традиционалната архитектура говорат во прилог на карактеристичната претстава за градителските традиции, на овој крај.

Структурата на руралните населби кои се наоѓаат на територијата на регионот покажува различни карактеристики, кои произлегуваат од конфигурацијата на теренот, од климатските одлики на поднебјето и од начинот на организација на животните форми. Притоа, во регионот се застапени најмногу збиените и полузбиените селски населби, додека разбиениот тип села се среќава мошне ретко (с. Тресонче). Фактот што најголем дел од селата претставуваат планински населби, укажува на соодветниот начин на нивната организација како рурални единици, со архитектонски профил дефиниран од елементите на хронолошкиот развој на градежните објекти, чија долна граница може да се постави во првата половина на XIX век.

Најголем број од населбите ја зачувал својата оригинална структура која ја одразува функционалната и естетската вредност на локалните градителски специфичности. Тоа најмногу се однесува на селата во областа на Долна Река и во Малореканскиот предел, чии архитектонски одлики се остварувања на мајсторите од локалните градителски тајфи. Лоцирани во живописниот предел, овие населби претставуваат исклучителни примери на традиционалното градителство, обележани со вредностите на локалната културна матрица.

Следењето и проучувањето на градителското наследство на регионот најдобро може да се следи преку селата од овој крај (Галичник и Лазарополе, но и подкорабските села Кракорница и Бродец). Тие села денеска се зачувани онака како што изгледале во периодот на триесеттите години на XX век, кога трендот на традиционалната архитектура сè уште бил силен. Во нив сè уште може да се види поделеност на маала, односно ансамбли, сите куќи биле градени од вешто изделкан камен, неретко во опус квадратум и полихромно декорирани. Поради обилните снегови, куќите најчесто биле покривани со камени плочи.

Покрај прекрасните цркви и куќи во Реканскиот крај се наоѓа и надалеку познатиот мост наречен Елен Скок, на Гарска Река. Овој мост е изграден кон средината на XVIII век од делкан камен со само еден лак според плановите и од

страна на истиот архитект кој го градел и големиот мост на реката Неретва во Мостар.

Од културното наследство на регионот кое го претставуваат сакралните споменици од кои најстар е најрепрезентативниот споменик на архитектонско-уметничкото наследство на регионот, манастирскиот комплекс Свети Јован Бигорски. Наследувајќи ги духовните вредности на старото култно место од XI век и изграден врз темелите на постари средновековни објекти, манастирот, обновен од крајот на XVIII и во првите децении на XIX век, претставува компактна архитектонска целина која со своите градителски, копаничарски и ликовни квалитети е вистински репрезент на културниот идентитет на ова подрачје.

Од археолошките локалитети треба да се спомнат локалитетот Кала на десниот брег на реката Радика каде и ден денес се зачувани остатоци од сидови кои датираат од крајот на VI век, како и остатоците на доцноантичка населба во близина на селата Мелничани и Косоврасти.

Развојот на занаетите, квалитетот на занаетчиската продукција и одликите на традиционалните изработки се значаен дел од културното наследство на регионот кое го одразува специфичниот начин на живеење на локалната популација и говори во прилог на одржувањето и негувањето на изворните елементи на етно-културата на поднебјето.

Од традиционалните вештини, кои некогаш се негувале како специфични форми на народната продукција, денес можат да се регистрираат: ткаењето, везењето, килимарството и копаничарството, кои, иако „модернизирани“ во смисла на употребените современи материјали и суровини, ги задржале традиционалните карактеристики на изработката. Во тој контекст, на прво место треба да се спомене изработката на традиционалните народни носии кои покажуваат извонредна живописност на декоративните елементи и колористичката разиграност.

Она што би можело најдобро да ги дефинира изворните форми на традиционалните обичаи во регионот и грижливата нега за нивно континуирано одржување е раскошниот ритуал на Галичката свадба, Рамазанските пости

проследени со етно музика, традиционалното славење Водици, како и следењето на традициите на другите свечености (свадби и сунети).

Регионот на Река има места со изразита пејсажна вредност. Тоа се видовците на локалитетите Царева Чешма и Тонивода од каде се гледа поголем дел од масивот Кораб, дел од Шар Планина, Мавровското Езеро и делови од Бистра. Други природни убавини кои се издвојуваат со својата атрактивност се: пештерите Алилица, Калина Дупка; водопадите и природните каскади на Ростушка и Тресонечка Река; пејзажот на селата Галичник, Лазарополе, Гари и Тресонче, планинските бачила на Бистра и Дешат.

За туристи во реканскиот крај на располагање стојат сместувачките капацитети кои се наоѓаат во зимско-рекреативниот центар Маврово, а освен во Маврово, посетителите можат да се сместат и во мотелот Кораб во с. Трница со истоимениот ресторан, уреден во традиционален стил со масивно дрво и прочуен по својот специјалитет – бакардан со кисело млеко и трничко сирење.

Во регионот на Долна Река на располагање се сместувачките капацитети во манастирот Св. Јован Бигорски и селото Јанче. Се очекува и неколку куќи во селата Ростуше и Велебрдо да почнат да издаваат соби за сместување на туристите.

Од овој регион посебно треба да се издвои селото **Галичник**. За првпат ова село се споменува во пишуваните документи од 1493-та година, иако според некои непотврдени податоци ова, најголемо мијачко село, е старо повеќе од илјада години. Богатата историја на ова село е тесно поврзана со целокупната историја на македонскиот народ на овие простори низ вековите. Од него се произлезени голем број на иконописци, копаничари и зографи чии уметнички дела и денеска ги красат црквите и манастирите низ Балканот. Во XIX век, благодарение на доселувањата, високиот наталитет, но и поволните економски услови кои постоеле во селото, Галичник наликувал на мало градче, со повеќе од 500 куќи и со околу 4000 жители. Денес според пописот од 2002 година, во Галичник се забележани само 3 постојани жители.

Селото се наоѓа на 1270 - 1450 метри надморска височина и е сместено под карпестите сртови на врвот Говедарник (2018 м). Тоа е типична македонска

планинска населба во општа поставка како амфитеатар, ориентирана на исток - југоисток со глетки на бескрајни панорами кон планинските масиви Крчин, Стогово, долината на Радика со селата Јанче, Ажиевци, Присојница, Скудриње, Битуше, Ростуше, Велебрдо и Требиште. Во околината на Галичник се наоѓаат и селата Росоки, Селце, Тресонче, Лазарополе, Маврово, Беличица како и напуштеното село Сушица. Од десната и горната страна на Галичник се издигаат сивите карпести предели на планината Бистра, а од левата страна течат изворите на Ѓеневица, низ кањонот на Тортешка Краста, издвојувајќи го Галичник од зелената букова шума. Со право се вели дека целиот овој предел, пред сè Галичник и неговиот планински пејзаж, е еден од најубавите и најатрактивни делови во Македонија и Балканот.

Зачетоците на туризмот во Галичник потекнуваат од раните 20-ти години на 20 век, кога бил изграден и првиот хотел, каде некогаш летувал и Франц Фон Папен, министер за надворешни работи во Владата на Адолф Хитлер. Денес, овој хотел се наоѓа во центарот на селото но се користи само како ресторан, а за посетителите на располагање е хотелот „Неда“, изграден во традиционален стил. Сместувачки капацитети од различни категории има исто така и во блиското село Маврово.

Локалната архитектура и самата местоположба на Галичник се, покрај самата Галичка свадба, една од најголемите специфики на ова село, за кое слободно можеме да кажеме дека претставува архитектонски резерват.

Треба секако да се спомене и **Лазарополе**, сместено на работ од една поголема висорамнина на планината Бистра на надморска висина од 1350 м. Тоа е типично мијачко село со исклучително долга историја. Најголем број податоци за селото добиваме од пишаните документи или записи на одредени луѓе, патописци, и секако од некои црковни книги. За првпат Лазарополе се споменува во историските документи (Кодиката на Слечанскиот манастир) кои датираат од почетокот на XV век. Во пописот од 1582 година Лазарополе е запишано како дервенџиско-христијанско село со 60 домаќинства. Поконтинуирани податоци за бројот на население се достапни од крајот на 19 век. Македонскиот преродбеник Јордан Хаџи Константинов - Џинот, во својата статија “Статистическо описание на Дебарско, Мала и Голема Река”, споменува дека во

средината на XIX век (1895), Лазарополе броело 250 куќи. Денес селото има 400 куќи, меѓутоа според статистичките податоци од поново време покрај името Лазарополе стои бројот 1 до 2 жители. Ова село денес е ненаселено и едноставно живее сезонски во пролетните и летните месеци. Најдоминантен објект во Лазарополе е селската црква Св Ѓорѓија (изградена во 1832 година). Изградена е со колосални димензии, оградена со тврдински ѕидови од клесан камен високи 4 метри. Градењето како професија на Лазарополските простори живеело и се негувало уште одамна што може да се види и до ден денес. Селото од сите страни е оградено со букова шума, а низ него тече Лазарополска река која се пробива низ ливадите каде само овде расте лазарополската дива ружа. Недалеку од селото на околу 2 километри се наоѓа пештерата Калина Дупка. Лазарополе е вистинска воздушна бања. Се одликува со благопријатна дури приморска клима во лето, зашто како факт во туристичката понуда, која е на почеток, се споменува дека е само на 60 км воздушна линија од Јадранското Море. Лазарополе има повеќе од 2000 сончеви часа годишно. Неодамна овде е изграден хотел “Калин” во стилот на старата македонска градба со 16 соби и околу 30-тина легла.

Селото **Тресонче** е едно од најстарите села во мијачкиот регион. Тоа е мало село сместено во Малореканскиот регион, во подножјето на планината Бистра, на надморска височина од 1.000 метри. Првите пишани документи датираат од предотоманскиот период (XIV век). Според пронајдените записи од турските дефтери Тресонче низ вековите имало и до 300 куќи, со околу 1000 жители, за да денес тој број драстично се намали на 8 жители, според пописот од 2002 година. Како и сите останати села од мијачкиот крај и Тресонче плени со архитектурата на старите куќите, кои се граделе од цврст материјал - камен, така што и ден денес во ова село постојат куќи со старост од 100 до 300 и повеќе години. Едни од најстарите во селото се куќите на Дуншуровци и на Мержановци кои се градени пред повеќе од 300 години, а сеуште се користат за живеење, како и куќата на Огненовци, за која се проценува дека е стара нешто повеќе од 200 години, но таа и денес е највисоката куќа во Тресонче со три ката. Во Тресонче моментно постојат две цркви “Свети Петар и Павле” (најголемиот црковен објект во селото, изграден во 1844 година) и црквата “Свети Никола”, но на околу еден километар западно од селото во месноста “Штали” се наоѓа и малиот храм

посветен на “Света Петка”, а под врвот Брзовец на север во една карпа се наоѓа и едно светилиште посветено на празникот “Водици”. На околу 4 километри од Тресонче во средината на планината Бистра, од десната страна на Тресонечка Река на доста непристапен терен се наоѓа пештерата Алилица. Интересен за посета е и Тресонечкиот кањон, меѓутоа оваа посета може да се направѝ само со специјализиран водич. Во кањонот има 12 каскади, висинската разлика е 290 метри, а најголемиот водопад е висок 30 метри.

Југозападен регион

Гари е село во Општина Дебар, во околината на градот Дебар. Според пописот од 2002 година, селото имало население од 10 жители. Од с. Гари потекнува познатата тајфа на копаничари предводени од Петре Филиповски - Гарката. Меѓу позначајни ракотворби на оваа тајфа резбари се иконостасите во манастирот „Св. Јован Бигорски“ и црквата „Св. Спас“ во Скопје.

Во југозападниот дел на Република Македонија, за селски туризам, секако дека треба да се спомене и многу атрактивниот предел, **Малесија**. Го зафаќа горниот дел од сливното подрачје на реката Дрим, а од населбите кои влегуваат во негов состав треба да се издвојат селата расфрлени на западните обронци на планината Караорман и тоа: Присовјани, Збажди, Ржаново и Локов. Кон оваа целина и покрај тоа што овие села се наоѓаат во Дебарскиот крај, поради сличните социо-географски и социо-економски карактеристики, треба да се додадат и местата Буринец и Селце. За развој на Малесија голем проблем претставува малиот број на жители односно денес слободно може да се каже дека овој простор нема постојани жители. Најголем дел од постарите поранешни жители на Малесија, поминуваат седум до девет месеци во текот на годината, во реновираните стари селски куќи. Реновирани се околу 200 куќи што гледано од аспект на материјалната база е погодно за развој на селскиот туризам. Така во Присовјане од вкупно 65 куќи половина се реновирани. Селото Збажди располага со 78, Ржаново со 39 и Локов со 56 куќи од кои 45 се прилично активни. Активни куќи во Селце има 30 а во Буринец 22. Така денес на располагање за евентуални посетители има повеќе од седумдесет објекти.

Во струшкиот регион посебно за туристичка перцепција е селото **Вевчани**. Истоимената општина се наоѓа северозападно од Охридското Езеро. Се протега во насока исток - запад, од подножјето, преку ридестиот терен, се до сртот на планината Јабланица. Се граничи: на југоисток со с. Октиси, на исток со с. Велешта и Ташмаруништа, на север со с. Подгорци и Лабуништа, на запад со Горна Белица, а во потесен дел ја допира државната гранична линија со Република Албанија. Од Струга, Вевчани е оддалечено 14 км., а е поврзано со асфалтен пат, преку регионалниот пат Струга - Дебар. Со асфалтен пат во должина од 4 км. е поврзана и со селото Горна Белица.

Атарот на Вевчани зафаќа површина од 35 км². Почетната надморска височина на селото се наоѓа на 805 метри н.в., а последните куќи се наоѓаат на надморска височина од 1100 метри. Просечната надморска височина изнесува 900 метри. Селото е од збиен тип. Има 800 куќи, распоредени во маала и со сокаци, а во него живеат околу 2600 жители. Со карактеристична клима и богатство на води има идеални услови за рекреационен туризам. Во атарот на селото има околу 50-тина извори, а на 1 - 1,5 км. над селото, во правец на Горна Белица се наоѓа изворот Црвен Кладенец. Тој е со издашност од 100-150 л/с и се користи за снабдување на селото со здрава вода за пиење, а најпознати и најкарактеристични се т.н. Вевчански Извори. Тие се наоѓаат на надморска височина од 872 метри. Располагаат со над 30 изворишта кои имаат капацитет од 800 до 4500 л. во секунда, поради што се една од главните туристички атракции како во Вевчани така и во Република Македонија. Патот до изворите е модерен, асфалтиран, а самите извори се уредени со патеки, дрвени клупи и маси каде што посетителите можат седнат и да уживаат во прекрасната природа. Посебно се интересни во текот на вечерните часови, кога поради специфичното осветлување, целиот комплекс добива илуминација и несекојдневна слика. Дел од водата е каптирана за потребите за селскиот водовод, со што е овозможено снабдување на населението со здрава вода за пиење. Од истекот на водите на Вевчанските извори, се формира Вевчанска Река, која кај селото Добовјани се влева во реката Црн Дрим. Над селото под највисокиот врв на планината Јабланица - Црн Камен (2257 м.), на надморска височина од 1963 метри, се наоѓа глацијалното езеро познато како Вевчанска Локва. Од Вевчани езерото е оддалечено околу 4 км. и до него може да се стигне со пешачење за 2 часа. Со

возило до под езерото се стигнува за пократко време, но дел мора да се помине со пешачење. Во негова близина се наоѓаат и другите 3 глацијални езера: Подгоречко (1893 м.н.в.), Горно (1918 м.н.в.) и Долно Лабунишко (1914 м.н.в.).

Поволните климатски услови овозможиле развој на богат растителен и животински свет. Растителниот свет во атарот на Вевчани се простира во неколку појаси. Во најнискиот појас е застапен костенот, над него се наоѓаат дабови шуми, а над нив е застапена буката. Над буковите шуми кои се простираат до надморска височина од 1800 м.н.в. се наоѓаат пространи пасишта и ливади. Во планинскиот дел се сретнуваат и разни видови лековити билки и шумски плодови. Од дивите животни покрај другото се среќава и рисот, со што овој регион е еден од ретките каде што го има овој вид. Поради тоа е покрената иницијатива овој дел да се прогласи за национален парк. Богатството на овој предел со дивеч овозможува развој на ловниот туризам.

Вевчани е стара населба. Траги за нејзиното постоење среќаваме уште од времето на антиката (II век пр. н. е.), а во пошироката околина дури и од порано, за што сведочи локалитетот “Вајтос” (IV-III век пр.н.е.). Овој локалитет се наоѓа на еден од краците на стариот римски пат “Виа Игнација”, кој води кон селото Горна Белица. Овој локалитет претставува делумно зачувана тврдина, а заедно со сочуваните остатоци од римскиот пат, во последно време се често посетувана дестинација, како од домашни, исто така и од странски туристи. Погодните услови за живот на овој простор (води, шуми, пасишта), овозможиле истиот да биде континуирано населен. Вевчани е населба со богато културно - историско минато за што сведочат и мноштвото сакрални објекти. Од нив три се цркви, еден манастир, а другите се параклиси. Едно од најзначајните и најпочитувани светилишта во Вевчани е манастирот Св. Спас. Манастирот се наоѓа во пазувите на планината Јабланица западно од селото, на надморска височина од 1300 м. Сместен е во стара дабова шума и низ неа води пат до него по кој се стигнува за еден час пешачење. Местоположбата на манастирот овозможува како на дланка да се гледа целата Струшка котлина, како и дел на Дебарца. Манастирот е изграден во карпа а во внатрешноста има иконостас изработен во првата половина на XIX век со престолни икони и икони за целивање. Вевчанци Свети Спас го почитуваат како сопствен заштитник.

Во Вевчани се организира манифестацијата “Вевчански митски простори”. Во рамките на манифестацијата се одржуваат разни културни манифестации. Се одржува од 11-13 јули, а е посветена на негувањето на култот и споменот на светиот апостол Павле и извршувањето на неговата света мисија на проширување на христијанството во македонската земја и од тука низ другите тогашни краишта на Европа и светот. Во областа Дримкол, југозападна Македонија, сеуште се одбележува на единствен древно-архаичен начин со масовна посета на христијаните од населбите Вевчани, Јабланица, Боровец, Лабуништа и Подгорци на високите падини на Јабланица, како своевиден аџилак меѓу четирите живописни планински езера и сеуште сочуваните остатоци од познатите антички патишта, и краците на подоцнежната римска ВИА ЕГНАТИА, кои од искон ги поврзувале средоземните градови Визант и Солун со Рим и другите делови на Европа. Овој единствен сочуван култ во модерна Европа поврзан со времињата на апостолските мисии на Св. Павле (51-54 год. н.е.), се должи на сеуште живо сочуваната меморија на Македонците од овие краишта, врз кои престојот на апостол Павле оставил милениумски неизбришливи траги. Едни од најстарите празнувања во Вевчани, се Василичарските денови, во чии рамки се одржува надалеку прочуениот “Вевчански карневал”.

Вевчанскиот карневал, стар повеќе од 1.100 години е интересен спој меѓу паганското и современото. Се одржува на 13 и 14 јануари (во очи на првиот ден од новата година, според стариот календар). Главни карактеристики на карневалот се: архаичноста, таинственоста и импровизацијата. По своите специфични особини се разликува од сите други карневали во светот. Местото на карневалското случување е целото Вевчани, кое, за време на неговото одржување се претвора во своевиден театар без граници каде што секоја кука и улица е сцена каде маскираните ги изведуваат своите игри. Постојат три традиционални маски: зет и невеста, Глупи Август и музичарите од Горно и Долно маало.

Останатите маски во суштина се помали или поголеми карневалски групи, кои со костимите, гестовите и движењата обично ги исмеваат појавите и личностите од општествениот живот. На 14 јануари околу 4 часот по полноќ, мештаните одат во изворите и полнат “светена вода” во бакарни котлиња. Околу 14 часот парадираат низ селото, а три часа подоцна сите учесници на карневалот

одат од куќа во куќа. За времетраењето на карневалот, маскираните ја имаат сета слобода и “занес” во “поставувањето на светот наопаку”, слобода во која до израз доаѓа креативноста на духот, смислата за импровизација, критика и иронизирање. Службено, во карневалот не учествуваат жени. Тие, сепак се маскираат но на крајот не ги симнуваат маските како останатите. Вевчанскиот карневал од година во година се повеќе и повеќе го предизвикува интересот на јавноста, како во земјата така и во светот. Покрај самите актери во неговата афирмација учествуваат бројни новинарски екипи, сниматели и фоторепортери. За времетраењето на карневалот вевчанци од целиот свет се прибираат дома за да учествуваат во единствената “претстава” обилно залиена со црвено вино, во која има место и за секој добронамерник со карневалски дух. Во 1993 година Вевчанскиот карневал, односно Вевчани станува член на ФЦЦ - асоцијација на светските карневалски градови.

Како наследство од минатото, во Вевчани можат да се сретнат и стари воденици, валавници, а посебно стари куќи. Од 40 воденици кои постоеле во 30-тите години на XX век, денес целосно се зачувани и работаат 4. Во последно време се прават напори за реставрација и ставање во функција и на други воденици. Богатството со води, исто така овозможило и изградба на валавици, од кои неколку се зачувани и денес.

Во Вевчани се зачувани околу 200 стари куќи, со архитектура од византискиот период. Изградени се од камен, цигла и дрво, на два ката, со приземје каде се чувала стоката и спрат за живеење на луѓето. Распоредот на куќите е во правец исток-запад, кон планината Јабланица, која пирамидално се издига над селото и во правец југо-запад во правец на изворите. Дел од овие куќи се реставрирани и ставени во функција на туризмот, а додека во иднина се планира да се обноват и оспособат за сместување на туристи и други стари куќи.

Први стари куќи кои што се обновени, оспособени и ставени во функција на туризмот се ресторанот “Домаќинска куќа” и пансионот “Кутмичевица”. Ресторанот Домаќинска куќа е лоциран на стотина метри од прочуените Вевчански извори. Изграден е во традиционален амбиент, преку спој на дрвото и каменот, традиционалните предмети и старото огниште, со што може да се доживее традиционалниот македонски дух.

Ресторанот располага со 150 седишта, каде можат да се вкусат забораените стари селски специјалитети: ченкарник, кашаник, виткалник, традиционалните јадења со суво месо и суви пиперки, како и прочуените домашни луканци, со што може да се почувствува вкусот на здравата еколошка храна. Во рамките на ресторанот има и 12 апартмани за сместување и престој на гости.

Пансионот Кутмичевица, исто така се наоѓа во близина на изворите и е изграден во препознатливата вевчанска архитектура. Располага со ресторан и два апартмани, уредени во традиционален стил. Кутмичевица претставува етно куќа и музеј каде што може да се пробаат традиционалните вевчански јадења, да се видат стари предмети и изложените традиционални вевчански носии. Покрај овие капацитети, за сместување на туристите, на располагање им стојат и 50-тина легла во домовите на вевчанци. За збогатување на туристичката понуда на Вевчани, на 1,5 км од селото, на патот за Горна Белица, на надморска височина од 1250 метри, уредено е излетничкото место “Јанков Камен”. Во рамките на местото изградена е планинска куќа со ресторан од 50 места, а располага и со 10 места за спиење. Изградени се и десетина сидани скари и ражени, како би можеле посетителите да си приготвуваат храна по сопствен избор.

Вевчани е населба со развиена инфраструктура. Има изграден водовод, канализација, целосно е електрифицирано и со целосно изградена патна мрежа и асфалтирани улици. Во селото има градинка, основно училиште, библиотека, кино сала и здравствен дом.

На 7 километри западно од Струга, на надморска височина од 1064 метри, во подножјето на планината Јабланица се наоѓа селото **Вишни**. До Вишни се стигнува по асфалтен, нагорен, тесен и кривулест пат, кој во суштина е и главна врска со Струга. Од Вишни, ако се продолжи по истиот пат нагоре, по 12-ина километри, се стигнува до селото Горна Белица. И двете села се интересни за развој на селски туризам.

Атарот на селото Вишни се протега низ стрмен планински дел, од северната и јужната страна испресечен со помали планински живописни клисури,

низ кои се пробива Беличка река. Под падините на планината Јабланица на само 2,5 км од селото се “Вишенските извори”, чија вода по природен пат се спушта во реката Сушица која завршува во Струшкото поле. Во селото Вишни владее умерено-континентална клима. Затвореноста на селото со високи планини овозможува јасно да се оцртуваат сите четири годишни времиња. Во летниот период струи постојано влажен и свеж воздух, а во зимскиот период снеговите и планинските предели не дозволуваат да дуваат големи ветрови. Во Вишни преовладуваат студени и долги зими, но без магла. Снег обично почнува да врне од средината на октомври, а снежната покривка се задржува до март. Снежната покривка во селото и во подножјето на планината брзо се топи, а на врвовите на планината Јабланица, снегот се задржува и до крајот на јуни, давајќи му на селото прекрасен алпски изглед. Летата исто така се пријатни, а се одликуваат со топли денови и свежи ноќи без високи температури. Во јули и август ретко врне дожд. Благодарение на природно-климатските услови, речиси е рамноправен развојот на растителниот и животинскиот свет.

Вишни како стара населба, по својата традиција и конфигурација на земјиштето е збиен тип на населба. Во минатото куќите се граделе претежно од камен-бигор, кој што го има во изобилство во околината на селото. Голем дел од куќите биле напуштени и поради тоа со текот на време се руинирале. Во последните две-три децении се забележува помасовно враќање на населението кое ги обновува старите напуштени куќи и гради нови, со што се менува архитектонскиот лик на селото. Денес во селото има стотина куќи, од кои повеќето се нови, а во селото постојано живеат 14 жители, а за време на викендите тоа е целосно исполнето.

Во Вишни постојат седум цркви. Најстара и најзначајна е пештерната црква Св. Спас, изградена во XIV век. Црквата Св. Спас се наоѓа на 3 километри североисточно од селото Вишни, над живописната суводолица, реката Сушица, втисната во една голема и висока карпа, која од дното до врвот е висока преку 100 метри. Клисурата и планинската местоположба го отежнува пристапот до пештерската црква, бидејќи треба да се оди преку стрмни падини и карпи. Во нив на места се издлабени мали скали, а под влезот на црквата е изграден дрвен мост со заштитна ограда. Во еден мал дел од големата каменеста стена постоеше една длабнатина во која имало дрвен разбој.

Вишни располага со услови за развој на селски и зимски туризам. Најмногу селото е посетувано за време на викендите од страна на жителите на Струга и Охрид. Тоа се должи пред се од недостатокот на сместувачки капацитети. Во минатото беа направени напори за заживување на зимскиот туризам. За таа цел во почетокот на осумдесеттите години, Задружниот Дом во селото, беше реновиран и пренаменет во Детско одморалиште со капацитет од 50 легла. Истиот беше користен со полн капацитет во текот на зимските месеци, се до почетокот на деведесеттите години, а потоа целосно прекина со работа. Во тоа време беше изграден и ски лифт и стаза за скијање кои ги користеа како гостите на Одморалиштето, така и сите гости кои доаѓаа од околните градови и оние кои беа сместени во домовите на гостопримливите Вишенци. Во Вишни постојат добри услови за развој на зимски туризам, но потребно е повеќе да се инвестира во изградба на сместувачки капацитети и инфраструктурни објекти, а посебно е потребно уредување на терените за скијање и изградба на жичара и ски лифтови.

Во текот на останатиот период, во Вишни постојат услови за развој на селски туризам. За таа цел на туристите може да им се понудат: сместување во приватни домови, посета на црквите, природни убавини каде што на туристите ќе им се организираат дневни пикници во природа. Исто така може да се организираат и планинарски прошетки во пределот на планината Јабланица, со можност за собирање на лековити билки и шумски плодови.

Селото **Горна Белица** е сместено на повеќе од 1400 метри надморска височина, на самата македонско-албанска граница. Се наоѓа во пазувите на планината Јабланица, под самите извори на Беличка река, под превоите Крстец (2100 м.) и Чума (1945 м.). Се наоѓа на 20 километри оддалеченост од Струга, поврзано е со асфалтен пат кој поминува преку селото Вишни и прекрасните предели на планината Јабланица. Атарот на селото на север се граничи со општината Вевчани, со која е поврзано со пат кој што е скоро целосно асфалтиран.

Горна Белица ја красат високи врвови на карпестите планини, делумно препокриени со букови и дабови шуми, пространи пасишта, убави сини планински езера и бројни извори со студена планинска вода.

Во атарот на селото се Беличките Извори кои се наоѓаат, на надморска височина од 1350 -1450 метри. Тоа е група од 4-5 карстни извори распоредени во дијаметар од 1000 метри. Имаат капацитет од 100-300 л/с и се користат за водоснабдување на селото и истите се приклучени на водоводот на градот Струга, од кој се снабдуваат и околните населени места. Под врвот Црн Камен се наоѓа глацијално познато кај народот под името Беличка Локва. Просторот се карактеризира со поволни климатски услови како за одмор во текот на летните месеци, така и за развој на зимско-спортскиот туризам. Атарот на селото се карактеризира со добра пошуменост, со разновидна планинска флора и можности за берење на шумски плодови и лековити растенија, како и богатство со дивеч и можност за уредување на ловиште.

Селото Горна Белица е од збиен тип на населби. Во минатото тоа претставувало значајно средиште на подрачјето на струшкиот регион благодарение на остварениот економски подем. Горна Белица била една од најголемите села во охридско-струшкиот регион. Куќите биле изградени од камен, а имале форма на правоаголник или квадрат, обично со приземје и кат. Испустената населба, со иселувањето на последните нејзини жители во 60-тите години на XX-от век, престана да постои. Меѓутоа од 1975 година до денес, изградени се преку 200 викенд куќи, со што селото повторно оживеа и прерасна во викенд населба и пријатно излетничко место. Според пописот од 2002 година, селото Горна Белица има само 1 постојан жител.

Археолошките наоѓалишта во околината на селото, одат во прилог на тврдењето дека уште во раните векови на овој простор имало мали населби. Тука минувал кракот на најзначајниот антички пат Виа Игнација, кој доаѓал од Драч (Р. Албанија), а потоа преку превојот Крстец минувал низ Горна Белица и Вајтос и излегувал кај селото Окиси и продолжувал кон Хераклеја (денешна Битола). Голем дел од патот е зачуван и денес и е мета на многу археолози и историчари.

На самиот пат Виа Егнација изграден е манастирот Св. Климент. Според преданието на Теофилакт Охридски, овој манастир го изградил св. Климент како негова летна резиденција. Според истото предание св. Климент тука бил

крунисан за епископ и дури се претпоставува дека токму тука започнала Климентовата школа.

Со изградбата на викенд куќите, а посебно со изградбата на хотелот “Монтана”, се создадоа услови за позабрзан развој на туризмот. Најголем дел од викенд куќите сопствениците ги користат за свои потреби, а само мал дел се нудат за сместување на туристи. Покрај овие за сместување на туристите, може да се искористи и хотелот “Монтана”.

Потенцијални можности за развој на туризмот претставуваат погодностите на природно - географската средина. Конфигурацијата на теренот овозможува изградба на сместувачки капацитети со пропратни објекти, скијачки патеки и друга инфраструктура. Горна Белица располага со потенцијални можности за развој на: летен престоен, зимско спортски, ловен, здравствен, излетнички и резиденцијален туризам.

Селото **Модрич** лоцирано е на падините на планината Јабланица со надморска висина од 900 до 1100м. Селото е од разбиен тип и брои во моментот околу 50тина куќи со 35 постојани жители претежно стари луѓе. Модрич е познат по својата уникатна местоположба и чистиот воздух, изворите со вода. Одлично место за одмор, спортски риболов (Дебарско езеро 10км и Глобочица 10км), како и лов на дивеч.

Села покрај брегот на Охридското Езеро кои можат да претендираат за селски туризам се Радожда на западниот брег и Трпејца и Пештани на источниот.

Радожда се наоѓа распослано по должината на западниот брег на Охридското Езеро, во правец север-југ, во должина од еден километар. Најниската точка на надморската височина изнесува 693 метри н.в., а највисоката на 745 метри н.в. Селото е оддалечено на 9 км од градот Струга и е богато со вода. Покрај водите на Охридското Езеро, по шумовитите предели се наоѓаат уште неколку извори со бистра планинска студена вода. Се смета дека сите тие се поврзани со планинските извори на Јабланица. Никогаш не пресушуваат, а најбогати со вода се од ноември па се до пролет, што зависи од интензитетот на врнежите на дожд и снег во текот на годината. Климатските услови овозможуваат застапеност на богат растителен и животински свет.

Повисоките места на планината Јабланица и нејзините ограноци, кои благо се спуштаат во делот на Радожда, претежно се шумовити предели во кои доминира дабова шума. Пониските предели се обраснати со габер, смрека, леска, јавор и други шумски дрвја. Уште пониско во самиот атар на селото и во неговата непосредна близина, многу успешно виреат: виновата лоза, црната муренка, костенот, оревот, крушата, јаболкото, сливата, оскорушата и други благородни дрвја и овошки. Многубројните рамни површини скалесто разместени низ целиот атар на селото Радожда порано биле ниви кои сега се напуштени.

Селото Радожда е од збиен тип. Куќите се распоредени по маала и сокаци, збиени на мал простор, од запад се ограничени со големата карпа што е надвисната над селото и претставува негов заштитен знак, од исток со водите на Охридското Езеро. За таквиот тип на архитектонско-урбанистичкиот изглед на селото се пресудни два фактори: местоположбата на селото и желбата на жителите да живеат заедно едни покрај други. Во минатото куќите биле градени од камен и плитари, двоспратни со повеќе соби и мали прозорци. Денес се останати мал број на стари куќи. Во најново време се градат модерни куќи на повеќе спрата со огради и градини, со современ градежен материјал. Во селото има 217 домаќинства, со 808 жители кои по национална припадност се Македонци. Во карпата што е надвисната на селото е сместена пештерната црква Свети Архангел Михаил, на надморска височина од 770 метри. Таа е најстара и најзначајна од сите цркви во селото. Во целост денешниот архитектонски изглед на црквата го добила во XIV век, кога исто така е насликана со нов живопис. Дел од откриените фрески потекнуваат од XII век. Неколку композиции навистина го заслужуваат вниманието на научната јавност. Композицијата “Чудото во Хонап” со насликаниот извонреден лик на Архангел Михаил - сцена која се вбројува меѓу најстарите претстави во ѕидното сликарство на целокупната христијанска уметност. Пристап до црквата е овозможен со изградба на бетонски скали. Во близина на Радожда се наоѓа локалитетот Селиште, во планински предел од дабова шума. За постењето на поранешна населба сведочат големиот број сочувани ѕидини на живеалишта, а околу старата населба се среќаваат и остатоци од камена ограда што наликува на утврдување со одбранбени цели. Источно од локалитетот и месноста Селиште се наоѓа добро сочуван патен правец, комуникација што води во правец на

североисток и тоа од брегот на Охридското Езеро кон југозапад, кон Албанија. На некои места патот е поплочен со камења и ограден од двете страни а се смета дека бил спореден пат на големите каравански пат Виа Игнација.

Радожда има развиена инфраструктура. Во селото е изграден современ водовод, решено е прашањето со снабдување со електрична енергија. Со асфалтен пат е поврзана со Струга. Сето тоа, заедно со природните и климатски услови и со изградените капацитети се добра основа за развој на туризмот. Богатството на Охридското Езеро со разни видови риба: пастрмка, белвица, мрена, крап, клен, скобус, писа, грунец, плашица и јагула. Во седумдесеттите години на XX-от век, во селото и во неговата близина се изградени два туристички капацитети. Туристичката населба “Треска” е изградена на крајот од селото во близина на границата со Р. Албанија, на самиот брег на Охридското Езеро, во подножјето на планински предел со дабова шума и дава можности за планински прошетки и излети. Населбата располага со апартмани, хотелски соби, бунгалови и камп приколки. Пред влезот во селото е изграден автокампот “Ливадишта”, сместен на самиот брег на Езерото. Тој располага со бројни бунгалови, уредени места за поставување на шатори, камп приколки и други пропратни објекти. Кампот располага и со спортски терени за ракомет, одбојка, кошарка и мини голф, кои се користат за рекреација на гостите и за подготовка на спортски екипи. Во селото се повеќе семејства ги отворија своите домови за престој и летување. Покрај приватното сместување, во селото може да се престојува и во неколкуте мотели: “Лебед”, “Езерски Рај” и други, кои се изградени во поново време. Туристичкиот амбиент во Радожда го заокружуваат и повеќе ресторани и кафеани.

На источната страна од Охридското Езеро селото **Пештани** е сместено во подножјето на планината Галичица, на 12 км јужно од градот Охрид, на патот од Охрид за Свети Наум. Според пописот од 2002 година, Пештани има 1326 жители. Селото е опкружено со недопрена и прекрасна природа. Многу значајна е пештерната црква Света Богородица (пештанска) која воедно е и заштитничка на селото. Во самото село и во неговата околина има седум цркви и тоа: Св. Врачи, Св. Горгија, Св. Никола, Св. Петка, Св. Никола, Св. Тројца и Св. Богородица. Од уметнички аспект најзначајна секако е Св.Богородица која воодушевува со својот фрескоживопис. Во близината на Пештани се наоѓало и

наколно живеалиште од неолит. Во тек е проектот што Владата на Република Македонија го спроведува во овој регион насловен како “Музеј на вода”. Имено се предвидува тука да се изгради музејска поставка под отворено небо што ќе биде делумна реконструкција на наколното живеалиште кое постоело во бронзеното. Ваквата поставка ќе биде една од првите од ваков вид (слична има во Костур, на суво покрај Костурското Езеро). На брегот во карпите ќе биде сместен мини музеј во кој ќе биде изложена керамика пронајдена при археолошките испитувања во водите на Охридското Езеро. На езерскиот брег тука треба да се спомене и селото Трпејца кое поради близината на брегот исто како кај Пештани, не можеме да зборуваме за класичен селски туризам, но некои туристички понуди од типот на селскиот туризам можат да бидат присутни и во овие две места. Селото е на 17 километри од Охрид во подножјето на Галичица на надморска височина од 695-750 метри во природна вдлабнатина сместено меѓу карпи. Ова традиционално рибарско село, според пописот од 2002 година, има 303 жители. Во негова непосредна близина е црквата Св. Богородица Заумска од XIV век.

За типичен селски туризам како надополна на стационарниот можеби најпогодни се **Велестово**, на падините на Галичица, каде има црква од XV век, а веќе се презентира како селски туризам понудата на село **Елшани**, каде резбарите и бочварите сеуште го негуваат својот занает. Селото се наоѓа на 10 км од Охрид на западните падини на Галичица, на надморска височина од 850-900 метри. Според пописот од 2002 година, селото има 590 жители, а во 30 куќи се издаваат соби за сместување во селската идила со вкупен број од 200 легла. Селото има два црковни храма. Црквата Св Илија, реставрирана 1859 година. Населението одгледува лозја, а традиционално пече ракија.

Селото **Куратица** се наоѓа на 20 километри североисточно од Охрид или на 5 км. северно од патот Охрид — Ресен. Сместено е во пазувите на планинскиот масив Мазатар (Бајрак 1635 м) на надморска висина од 1080 метри. Селото е расположено во тесна карстна долина околу една суводолица која надојдува за време на посилни врнежи и прави штета врз домовите и нивје-то. Заради конфигурацијата на теренот селото има издолжен об-лик во насока северозапад — југоисток и спаѓа во селата со збиен тип на куќи, со мали дворишта. Се дели на три краеви: Горна Маала, Долна Маала и Средна Маала.

Во Долна Маала се наоѓа селската црква Св. Никола, пред чиј влез е заедничката гробница на загиналите борци во Народноослободителната војна од ова село. Во непосредна близина на црквата се наоѓа Килимарницата изградена во текот на 1982 година, што работи во состав на 33 „Рашанец“ од Охрид.

На 8 км од Македонски Брод се наоѓа прекрасното село **Девич**, со убави шуми, ливади, пасишта, селски куќи и исто така и големата убава река Треска која се наоѓа на влезот од селото. Од Скопје е одалечено 160 км, а од Охрид 70 км. Во својата изолираност жителите зачувале од традиционалните вредности за здрава природна околина. Девич е типично планинско село, каде што основа на некогашниот животот на населението било одгледувањето добиток (овци и кози). Порече е поврзано со новото вештачко езеро „Козјак“, преку кое ќе се добие нов импулс за развој и можност за туристичко заживување. Културно-историско наследство е застапено со тврдина „Девини Кули“ XIII-XIV век, се едни од добро посетените места во Девич. До Девичини кули се стигнува по земјен пат од селото Девич покрај течението на реката Треска. Прво се поминува покрај убави зелени тревници и стари добро зачувани куќи. Откако ќе се излезе од селото, почнуваат нивите посадени со тутун и пченка, а после нив започнува височинка која мора да се изоди пеш за да се дојде до тврдината. Од врвот на ридот каде што се Девичини кули како на дланка се гледа и селото и рамното поле покрај реката и живописните ридови од другата страна на патот. Под денешното село, кај црквата на Пречиста, според кажувањата лежат остатоците на Модричкиот манастир од XIV век. Локалитетот Пешна, гробница и тврдина од V век на влезот од пештерата Пешна, остатоци од 13 воденици, остатоци од 3 цркви, леарница за железо, траги од карпеста уметности други вредности се наоѓаат во близина на ова село. Во селото се наоѓа Мак Викинг ранчот на Мирјана и Васо Аврамовски, каде туристите можат да се сместат и да пробаат традиционални специјалитети.

Прашања за дискусија:

Кои рурални средини имаат потенцијал за развој на туризмот во Скопскиот регион? Какви се карактеристиките на селата кои се занимаваат со рурален

туризам во Полошкиот регион? Што е специфично за селата кои работат на полето на туризмот во Југозападниот регион?

Вежби:

Студија на случај Мак Викинг ранч – Девич. Македонските повратници од Данска, брачниот пар Васо и Мирјана Аврамовски станаа заштитен бренд за Поречието во областа на развојот на селскиот туризам³¹⁷. По 50 години поминати во странство се вратиле во Македонија во 2002 година, а во 2008-ма во селото Девич во Македонски Брод, од каде и потекнуваат, изградија хотелски капацитет специјално за развој на селскиот туризам. Објектот го нарекуваат „Мак–Викинг ранч“ и е сместен на самиот брег на реката Треска, обиколен со прекрасна шума. Аврамоски вели дека за целиот објект досега вложиле околу 1 милион евра. „Јас сум презадоволен од бизнисот, досега сме имале гости од сите континенти, Америка, Австралија, Нов Зеланд, Германија, Швајцарија, и сите Скандинавски држави. Туристите лесно не наоѓаат преку нашата интернет страница www.makviking.com.mk, а имаме склучено и договор со странски туристички агенции. Нема странец кој што дошол во Македонија, а не навратил кај нас. Амбасадорите пак од сите држави, се наши постојани гости“, раскажува Васо Аврамоски, сопственик на објектот. Аврамоски велат дека туристите ги привлекуваат со уникатната природа, блиските пештерски комплекси и чистата и незагадена средина. Во близина на Девич се наоѓаат неколку познати големи пештери, манастири, а интересно е и тоа што тука се наоѓаат и урнатини од тврдина во кои според легендата живеела сестрата на Крали Марко, која се викала Дева, по што и ова место го добило името Девич. „Нема место во Европа каде што не сме биле, но Македонија мислам дека е најубавата држава. Токму затоа се одлучивме да се вратиме тука и да инвестираме во развојот на селскиот туризам. До неодамна наш заштитен знак беше фармата на ноеви која што ја изградивме веднаш до хотелот, но поради големите трошоци сега ја затворивме. Сепак ноевото месо остана наш главен специјалитет, кое сега го набавуваме од другите фарми на ноеви. Освен тоа нудиме и најразлични дански и традиционални македонски специјалитети. Се

³¹⁷http://www.patokazmagazin.com.mk/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=327&Itemid=205&lang=mk

трудиме да ги задоволиме вкусовите на сите наши гости. Најголем дел од зеленчукот го одгледуваме сами, во пластеници, целата храна која ја служиме е еколошка“, вели Мира Аврамовска, сопственичка на објектот. Освен новото месо како пикантерија е и малата винарска визба каде што има вина буквално од целиот свет, за да се задоволат вкусовите на сите туристи. Собите во хотелот ги правеле за своја душа, опремени се комплетно со сè, иако во планина, имаат дури и интернет за оние туристи кои го бараат тоа. „Оваа пролет, над реката Треска која тече веднаш до хотелот планираме да изградиме и наколна платформа која ќе ја уредиме во ресторански простор каде гостите ќе можат да уживаат во прекрасната природа и вкусните јадења. Исто така за неколку месеци планираме во состав на хотелот да изградиме и тениско игралиште“, додава Васо. Аврамоски се надеваат дека со заживување на руралниот туризам во Поречието ќе се отворат и повеќе работни места за младите од овој крај.

Направете коментар на понудата и услугите кои ги нуди ранчот? Каков вид на рурален туризам развиваат г-ѓа и г-дин Аврамовски?

Домашна задача:

Инсталирајте го програмот Google earth³¹⁸ на вашиот компјутер. Најдете ја вашата адреса на живеење, а со помош на street view разгледајте ги објектите во вашата околина. Преку get directions најдете ја препорачаната рута на движење од вашето место на живеење до просториите на Факултетот за туризам и бизнис логистика. Потоа пронајдете ги селата кои се обработуваат во материјалот и разгледајте ја нивната околина (природни вредности, антропогени објекти, фотографии и сл.).

Југоисточен регион

Смоларе се наоѓа во подножјето на планината Беласица, на надморска височина од 360 метри. Селото е познато по Смоларскиот Водопад (39,5 метри),

³¹⁸ <http://www.google.com/earth/index.html>

најголемиот постојан водопад во Република Македонија. Среде село порано се наоѓале два стари јавори, високи околу 30 метри. Денес е останат помладиот јавор, чија старост се проценува околу 300 години. Во нивна близина е лоцирана црквата „Св. Троица“, изградена 1872 година. Порано, крај реката Ломница или Смоларска, постоеле шест воденици, а денес се останати само две. Над селото се наоѓа и планинарскиот дом „Беласица“. Според пописот од 2002 година, Смоларе има 659 жители.

Смоларски водопад се наоѓа над селото на надморска височина од 630 метри, сместен длабоко во планината Беласица од кај што извира реката Ломница сокриена меѓу столетните букови дрвја. Смоларскиот водопад е единствен постојан водопад во Македонија со пад на водата од 39,5 метри.

Проектот „Смоларски Водопад“ имаше за цел една ретка природна убавина да ја направи достапна до пошироката јавност, а преку тоа да го афирмира природното и културното наследство на Смолари и неговата околина. Беше пробиена патека долга околу 500 метри, се изградија скали, мост пред самиот водопад, видиковец, ограда и друга инфраструктура. Месното население и општина Ново Село, охрабрени од големата посета во текот на целата година, ги продолжија активности околу натамошното уредување на просторот, афирмирање на Смоларскиот Водопад и развој на селскиот и планинскиот туризам во општината.

Колешино, село исто така во Беласичкиот подгор, се наоѓа на надморска височина од 270 метри. Селото е познато по својот живописен Колешински Водопад, формиран на реката Баба и висок 19,5 метри. Според пописот од 2002 година регистрирани се 845 жители. Колешинскиот водопад се наоѓа на надморска височина од 610 метри на реката Баба во пазувите на планината Беласица, меѓу јаворова шума и камени гребени. Водата од водопадот паѓа од висина од 19 метри. Охрабрени од позитивното искуство со водопадот во соседното село Смолари, и жителите на Колешино уредија пристапна патека до природната реткост – Колешинскиот Водопад. Пробиен е шумски пат, изградени се скали од камен и видиковец, односно, дрвен мост пред самиот водопад. Покрената е и широка медиумска кампања за промоција на оваа природна

убавина. Проектот „Колешински водопад - допир со убавините“ има цел да поттикне локален економски развој преку привлекување посетители.

Мокрино се наоѓа на планината Беласица, на надморска височина од 370 метри. Во средниот век селото Мокрино и неколку други околни села биле дел од поседот на Хилендарскиот манастир. По битката кај Ровин (денешна Романија) во 1394 година, во која загинува Крали Марко и струмичкиот феудален владетел Константин Драгаш, регионот потпаѓа во рацете на османлиските турци. Кон крајот на XIX век, селото броело околу 640 жители, а денес според пописот од 2002 година, тој број изнесува 748 жители. Селото денес е познато по Мокринските извори, кои имаат капацитет од стотина литри во секунда. Од трите Мокрински извори, истекуваат по 40-тина литри вода во секунда. Температурата на водата е константна, без оглед на надворешната температура. Поради количеството и силината на овие води, во минатото околу нив имало многу воденици. На просторот од атарот на селото Мокрино се наоѓа населбата од римско време - Керамидарка. Во селото се наоѓа и црквата „Св. Константин и Елена“, изградена 1876 година.

Под падините на планината Беласица десно од патот Банско - Борисово во недопрената природа скриено од погледите на луѓето се наоѓа селото **Габрово**. Населбата е мала со околу 100 домаќинства но плени со својата селска идилга, старите куќи со чардаци, љубезноста на жителите. Овде секое камче крие дел од историјата на селото. Пазувите на планината покрај својата убавина, големите јавори, дебелиите сенки од нив под којшто порано често одмарале овчарите, кријат уште една убавина а тоа се водопадите... Ладната и бистра вода од водопадот било место на кое летно време габровчани се разладувале и уживале а дека било и нивно омилено место зборува и фактот дека порано овде се славел и христијанскиот празник Св. Илија инаку заштитник на селото. До неодамна се знаеше само за еден водопад меѓутоа прекрасната слика на ова место ја пополнуваат и двата водопади до кои можеа да дојдат само селаните кои добро ја познаваат планината. Денес водопадот е модерно уреден и отворен за сите љубители на природните реткости и убавини. Покрај веќе надалеку познатиот прв водопад сега за туристите се достапни и останатите втор и трет водопад кои што Општина Струмица со проектот „Доуредување на габровскиот водопад“ ги направи пристапни за сите оние кои се љубители на природата. со

доуредувањето на 3-те габровски водопади дополнително се поставија летниковци, клупи, маси, и канти за отпадоци исто така се направија и 3 мостови за полесен пристап до последниот и најубавиот водопад. За посетата да биде по атрактивна покрај вториот и третиот водопад се забележува и габровската пештера која сè уште е енигма за овдешното население.

Вардарски регион

Во однос на селскиот туризам забележителни се селата од Азот. Областа **Азот** претставува геометриско средиште на Република Македонија и географски се совпаѓа со горниот дел од сливното подрачје на реката Бабуна, зафаќа површина од 260,1 км². Оградена е на север и запад со масивот на Мокра Планина (Јакупица, Караџица, Даутица), а на југ и југоисток со северните падини на планината Бабуна. Областа се наоѓа југозападно од градот Велес и е во состав на општината Чашка, односно во нејзиниот западен дел. Најголемо село во областа Азот, а воедно и централно место на областа е Богомила. Останати села во Азот се познатите Папрадиште, Нежилово, Габровник, Мокрени, Теово, Согле, Ореше, Капиново и др.

Со морфопластиката на целото сливно подрачје на реката Бабуна доминираат главно, четири поизразени морфолошки целини, и тоа: високопланинскиот дел кој ги зафаќа изворишните делови на Бабуна, претставени со масивот Солунска Глава, долинскиот релјеф кој е карактеристичен од изворишниот дел на реката па се до утоката на Изворчица, проширениот средишен котлински дел и типичната кањонска клисура на Бабуна која се протега од Ораовец па се до утоката во Вардар.

Од реките, главен водотек е Бабуна, која извира под таканаречените Нежилови Стени, на надморска височина од 1760 м. Долга е 61 км, а само на подрачјето од областа Азот нејзината должина изнесува 27 км. Таа претставува вистинска туристичка атракција во смисла на развојот на риболовниот туризам, а изобилува со скоро сите видови слатководна бела риба. Како вистинска туристичка атракција овде се смета и нејзиниот изворишен дел кој, и покрај тоа што е мошне тешко пристапен, претставува прав предизвик за

сите планирани па дури и за обичните посетители. Тоа посебно може да биди иницијална каписла за развој на селото Нежилово.

Регионот Азот има огромни потенцијали за развој на селскиот туризам, ловот и риболовот, како и планинарството поради близината на планината Јакупица и врвот солунска Глава. Помеѓу најатрактивните природни локалитети овде ќе ги издвоиме, Нежиливите Стени кои претставуваат еден од најатрактивните алпинистички локалитети на Балканот, извориштето и водопадот на реката Бабуна, течението на Орешка Река и др. Овие би го споменале и неколкуте пештери кои претставуваат вистинска туристичка атракција, од кои најатрактивна е “Дамјаница” која се наоѓа во изворишниот дел на Бабуна, поточно во Нежиловите Стени, на надморска височина од 1580 м. Нејзината должина изнесува 117 м а на крајот од пештерскиот канал се наоѓа и мало пештерско езерце, потоа пештерата “Извор” на реката Бабуна, пропаста “Солунка” и пропаста “Ледник”.

Ова област има голем број остатоци кои говорат за тоа дека овде цивилизацијата била присутна уште од античкиот период. Како една од најстарите знаменитости е Опидиумот-Марковото Кале кое се издигнува на високиот рид над селото Теово. Овде е откриена најстарата монета на македонскиот крал Персеј (179-168 г.п.н.е.). Од овој период карактеристична е уште и Крепостата Стража, исто така во атарот на с. Теово. Од Средниот век за одбележување се остатоците од комуникацијата што поминувала низ Богомила, Нежилово и, по горното течение на Бабуна и Јакупичкиот преслап, излегувала кај денешната населба Горно Јаболчиште. Од таму, преку Алдинци и по долината на Маркова Река, таа се спуштала во Скопската Котлина.

Од манастирите најатрактивни се: Св. Богородица во с. Согле (кој потекнува од XIV-XV век кога селото сеуште не било исламизирано од страна на турците), Св. Архангел Михаил во с. Теово (манастирот пред 400 год турците го запалиле до темел, а на остаците и темелите од стариот манастир сега е изграден нов кој денес се користи како хотел), Св. Петар и Павле во с. Папрадиште (кој за жал е затворен), Св. Спас во с.Мокрени, Св. Петар во с.Бистрица и Св. Јован во с. Ореше. Од манастирите ќе ги споменеме: Св. Атанасие во с.Теово, Св. Петка во с. Ореше, Св. Атанасие во с. Богомила, Св.

Никола во с.Ореов Дол и Св. Пречиста во с. Мокрени. И покрај тоа што истите не се заштитени со закон како културно-историско наследство, сепак тие претставуваат интересни туристички мотиви кои во значителен број би ги привлекувале посетителите кои овде би престојувале како туристи.

Сообраќајната поврзаност со централната населба во регионот Богомила е релативно добра бидејќи до овде, сметајќи се разбира од Велес, води локален асфалтиран пат во должина од 30 км кој, за жал, е ставен во употреба мошне доцна, односно во 1980 година. Тој, всушност, претставува еден крак од патниот правец Скопје-Велес-Прилеп кој се одделува во непосредна близина на селото Извор. За жал овој патен правец, и покрај неговата голема атрактивност и значење, денес е скоро целосно запустен а на некои делови и сосема непрооден.

Богомила е ридско-планинско село од збиен тип, кое се наоѓа на надморска височина од 510 м. Но и покрај мошне интересната историја, богатството со природно-географски карактеристики и солидната инфраструктура, ова село се наоѓа на работ меѓу животот и смртта. Богомила зазема површина од 256 км² и пред 30 години ова село имало над 1 600 жители а денес едвај 500.

За оваа населба се претпоставува дека постои уште од палеолитот, а за ова сведочат многуте археолошки локалитети во околината на Богомила, кои иако не се богати со материјална култура сведочат за континуитетот на оваа населба. Се претпоставува дека овде постоел организиран живот за време на Римскиот период, меѓутоа она што со сигурност може да се потврди е дека оваа населба постоела кон крајот на X век кога овде е роден попот Богомил, по кој и оваа населба го носи името. Сиданиот мост е најзначајната знаменитост во селото, изграден од камен и зачуван во целост се претпоставува дека потекнува од Римскиот период, односно од крајот на II и почетокот на I век пред нашата ера. Во Богомила има две цркви. Првата е Горната црква посветена на Св. Илија Чудотворец, за која се смета дека потекнува од XIII век, меѓутоа од првичната градба сочуван е само олтарниот дел и неговиот фрескоживопис. Долната црква е изградена во 1837 година и е посветена на Св. Атанасија. Покрај овие две цркви во Богомила се наоѓа манастирот Св. Спас кој особено е значаен како туристички

објект. Се наоѓа на надморска височина од 550 метри. Изграден е во 1996 година, а покрај манастирот изградени се и конаци. Во конаците има 4 соби со по три кревети, кујна со трпезарија и купатило со wc. Во близина на Богомила, на надморска височина од 800 метри се наоѓа и манастирот Св. Ѓорѓија.

Источен регион

Селото **Истибања** е сместено во североисточните рабни делови на Кочанската котлина односно се наоѓа на брегот на реката Брегалница во котлината, на надморска височина од 510 м. За времето кога е настанато селото не постојат пишани податоци но се претпоставува дека е настанато пред околу 450-500 години. Името на ова село првпат се споменува во Турските пишани извори од XVI век. Од особено значење на селото е постоењето на термо минерален извор во југо-западниот дел од атарот. Од туристички аспект ова село има услови за развој на бањскиот туризам, меѓутоа дали тоа во иднина ќе се оствари зависи од изградбата на бањско лекувалиште за кое има започната изградба уште во 1982, но за жал до ден денес не е завршена. Селото Истибања денес, според пописот од 2002 година има 1476 жители. Во архитектонски поглед на куќите, целосно е изменета физиономијата на оваа селска населба. Старите куќи кои ги има во многу мал дел се веќе минато за жителите на ова село, односно на местата на старите куќи денес се градат современи и модерни живеалишта.

Свегор е село сместено во Пијанечката област, во западното подножје на Планината Влаина. Село е во непосредна близина на граничниот премин Македонија-Бугарија, на само 2 км оддалеченост од Делчево. Како населено место датира уште од праисторијата. Денес, според пописот од 2002 година Свегор има 904 постојани жители. Иако урбанизирано, луѓето овде се уште ги негуваат старите занаети (бочварство, изработка на музички инструменти, везење и други). Селото располага со 25 легла во приватни сместувачки капацитети. Селото може да биде интересно за туризам и поради започнатите археолошки откопувања на фосилното наоѓалиште од праисториски животни.

Веќе практично е започнато со пропагандна порака “Паркот Јура во Делчевско”. Предвидена е изградба на Музеј за таа намена.

Селото **Разловци** е сместено во Пијанечката област, на левиот брег од реката Брегалница, во подножјето на Обозна Планина. Ова ридско село од Делчево е оддалечено 17,5 км и се наоѓа на надморска височина од 800 м. Се претпоставува дека селото настанало пред повеќе од 250 години, кога неколку фамилии кои што живееле во Пиринска Македонија, во областа Разлог, пребегнале од таму и ја населиле денешната територија. Според пописот од 2002 година, во ова село живеат 826 жители. Денес во селото постои музеј посветен на Разловечкото востание кое во 1876 година избувнуло против османлиската војска, како и црква Свети цар Константин и царица Елена, изградена околу 1850 година. Интересен за посета е планинско рекреативниот центар Голак, кој е сместен на надморска височина од 1300 метри, а се наоѓа во близина на селото.

Селото **Зрновци** се наоѓа во Кочанската котлина, веднаш под падините на планината Плачковица од левата страна на реката Брегалница, а низ самото село тече планинската река Зрновка. Тоа е рамничарско село сместено на надморска височина од 345 метри. За настанокот на Зрновци, не се располага со конкретни изворни податоци иако се претпоставува дека е старо село. Според пописот од 2002 година, во него денес живеат 2221 жители. Во Зрновци опстојува црквата Св. Димитрија, која се наоѓа на горниот (стар) дел од селото, а е изградена некаде во 19 век, како и манастирот Св. Недела. На само 2 км растојание од селото Зрновци се наоѓа и археолошкиот локалитет Црквиште каде што е пронајден комплекс од раноантички средновековни цркви.

Во ова село се забележани одредени почетни проекти кои го развиваат руралниот туризам. Во Зрновци за туристите на располагање стојат две обележани планинарски патеки кои водат до Плачковица. Осум семејни куќи нудат традиционални македонски јадења, на располагање се и шест семејни куќи со капацитет од 12 кревети, а десет семејства учествуваат во изработка на разни сувенири и ракотворби. Во селото се нудат и одредени туристички активности како јаване на магариња посета на фарма за овци, прошетка и планинарење, организирано правење на традиционалниот ајвар и други зимници,

организирање на пикник во природа со скара, посета на пчеларник со дегустација и др.

Селото **Богословец** е сместено во Овчеполието, на северните падини на ниската планина Богословец, на околу 15 км оддалеченост од Свети Николе. Спаѓа во групата на ридски села, сместено е на надморска височина од 750 м, а според респоредот на куќите е село од збиен тип. За Богословец не се располага со пишани документи од кои може да се одреди староста на селото. Првите пишани документи датираат од средниот век. За прв пат тоа се споманува во пописот од 1519 година според кој во селото живееле 33 семејства. Денес, според пописот од 2002 година во ова село живеат само 4 жители. Во селото има црква, Св. Јован Богослов, изградена во 1864 година. Во црквата има богат иконостас, раскошно украсен со резбра, како и повеќе икони од кои некои биле украдени пред повеќе години. Од туристички аспект селото Богословец е интересно и по архитектурата на старите куќи - чардаклии, како и близината до македонскиот раритет "Ѓаволски сид".

Во најисточниот дел на Република Македонија во горното сливно подрачје на реката Брегалница, сместена е убавата и богатата со шуми Малешевска котлина. Таа од сите страни е оградена со планини и тоа: од исток се граничи со планината Кадиица, која истовремено ја одделува котлината од долината на реката Струма. Од запад е одделена од Радовишката котлина со планината Плачковица и Обозна. На јужната страна се протегаат Малешевските планини: со врвовите Петлец, Џами Тепе и Шуманова чука кои ја одделуваат од Струмичката котлина. На север преку Пијанечката котлина граничи со општина Делчево. Покрај административниот центар на Малешевија и припаѓаат осум селски населби.

Територијата на Малешевијата не е густо населена, што потврдува и податокот дека на километар квадратен живеат по 25 жители. Оваа бројка ја вбројува Малешевијата на претпоследното место во државата по густина на население. Малешевијата претставува подрачје, чија најниска висинска кота се наоѓа на 800 метри а највисоката на околу 1900 метри надморска височина.

Најважен воден објект во Малешевијата е Беровското Езеро и реката Брегалница чиј извор се наоѓа во шумовитиот предел на Малешевските Планини, источно во местото наречено Ченгино Кале на надморска височина од 1690 метри. Во своето течение реката Брегалница најголем дел минува низ клисура. Најголема нејзина притока е Ратевска река со должина од 24 километри. Беровското Езеро се наоѓа меѓу Малешевските Планини и планината Голак. Неговата површина изнесува 5,7 км², а со Берово е поврзано преку асфалтиран пат во должина од 5 км. Тоа е вистинска туристичка атракција бидејќи, покрај другото, изобилува со голем број видови слатководни риби.

Манастирот “Свети Илија” кој се наоѓа на висорамнината Света Петка, на два километри северозападно од Пехчево, бил еден од најголемите манастири од ова поднебје. Преземена е иницијатива од месното население на село Чифлик за обнова на овој манастир.

Русиново е пет километри оддалечено од Берово. Се наоѓа во пазувите на Малешевските Планини. Има околу 2.095 жители (попис 2002 година), кои, главно, се занимаваат со земјоделство, сточарство и изработка на ракотворби (јамболии, килими, ткаени черги, платна астарки, шлајфери, чоја – шајак, брдници и други предмети) од локален материјал, со разбои кои се прават во селото (хоризонтален самоделски разбој и опрема, изработени од локално дрво). Посетителите можат да преноќат во Ловниот дом во Берово, или во одморалиштето „Младост” во близина на Беровското Езеро. Се нуди и приватно сместување во викендичките покрај Езерото.

На само 10км од Пехчево се наоѓа познатото туристичко место **Равна Река**. Тука се наоѓаат познатите Пехчевски водопади, изворот на Брегалница, убави летниковци и спортски терени. Местото изобилува со прекрасни викендици и два рибника.

Североисточен регион

Во североисточниот дел на Република Македонија руралниот туризам може да се развива во неколку региони. Тука пред се се мисли на пример на локалитетот **Куклица** - Кратовско каде посетата на овој локалитет можат да ја искористат жителите на истоименото село, или **Кокино**, мегалитската

опсерваторија која како мотив за да се посети треба да ја искористи токму селото Кокино кое се наоѓа во општината Старо Нагоричане. Во оваа општина се наоѓа комплексот Етно село. Исто така локалитетот **Цоцев Камен** би требало да се искористи за развој и на селски покрај како понуда во културниот туризам.

Селото **Трново**, оддалечено 15-ина км од Крива Паланка, може да биде туристичка населба со атрактивни објекти за посетители што сакаат да уживаат во планинската тишина и чистиот воздух. Според пописот од 2002 година, Трново има 153 постојани жители. Веќе голем дел од некогашните жители ги имаат обновено семејните куќи, а многумина имаат изградено нови модерни викендички. Во ова село, на околу 1.000 метри надморска височина, кое плени со невидена планинска убавина и каде што ве обзема чувство на длабок душевен мир, гостите може да престојуваат и во конаците на обновениот парохиски дом. Тој, со една од најстарите цркви во овој регион “Св. Никола”, е целосно реновиран.

Гиновци се наоѓа на јужниот дел на Славишко Поле недалеку од магистралниот пат Куманово-Ранковце-Крива Паланка што покажува дека комуникациски е добро поврзано. Од општинскиот центар е оддалечено 4 км. Во непосредна близина на селото тече Крива река (на околу 500 м), селото е од рамничарски тип и изобилува со квалитетни земјоделски површини, затоа е погодно за земјоделско производство. Во селото живеат 315 жители. Во однос на стопанските карактеристики, ова село е едно од ретките села кое изобилува со стопански објекти и тоа: Бентомак, Малина, Живинарски фарми и ОП Осогово. Потоа постои мотел-ресторан со бензинска пумпа Кратер и еден спортско-рекреативен и риболовен центар Парк Гиновци.

Селото **Лесново** според местоположбата се наоѓа на надморска височина од 900 метри. Сместено е на југозападната страна од Осоговските Планини во изгаснат вулкански кратер, каде што се наоѓа и Лесновскиот манастир. Површината на селскиот атар изнесува 14.1 км² и припаѓа на општината Пробиштип. Асфалтно е поврзано со општинскиот центар Пробиштип и е оддалечено 15 километри. Според последниот попис во селото живеат 41 жител во 25 домаќинства.

Лесново има мошне пријатна клима, особено што се наоѓа на границата од умерено-континентална и планинска. Се карактеризира со свежи лета и благи зими и во комбинација со чистиот планински воздух и големиот број сончеви часови претставува природна воздушна бања која превентивно делува на здравјето на луѓето. Чистата животна средина, убавата природа со специфична флора од разни видови растенија, чистите и бистри планински води, атрактивниот изглед на високите ридови, го прават престојот во Лесново да биде посебен. Лесновската река тече низ Лесново и го дели селото и кратерот на два еднакви дела. Во селото има пет чешми, изградени во традиционален стил и со природен материјал, кои претставуваат атракција за посетителите. Во близина на селото Лесново се наоѓа Злетовската река со извонредно чиста и бистра планинска вода.

Лесново спаѓа во најстарите села во Р.Македонија, неговата историја е долга повеќе од илјада години и е неделива од постоењето на Лесновскиот манастир. Како големо духовно христијанско светилиште, во кое значајно место има манастирот св. Гаврил Лесновски, постојат и повеќе од 20 верски објекти разместени на атрактивни природни локации, во околината на Лесново. Во селото Лесново постоело едно од најстарите училишта во Македонија основано во XI век. Во периодот помеѓу X и XIV век во Лесново е создадена големата Лесновска Лавра, позната како најголема монашка република на Балканот.

Во пештерите во Лесновскиот кратер се изработувале познатите лесновски воденички камења. Сместени се во непосредна близина на селото од двете страни на клисурестиот дел на Лесновската река и претставуваат вистинска атракција за секој посетител.

Пелагониски регион

Во регионот на Преспанското Езеро во некои од селата се направени први чекори во областа на алтернативниот односно селскиот туризам. Тоа се селата Љубојно и Брајчино. Покрај овие населби и во крај езерските населби Долно Дупени, Коњско и Стење како и локалитетот “Рибарско Село” Отешево имаат солидни предуслови да во иднина имаат важна улога во оваа стопанска гранка.

Селото **Брајчино** се наоѓа на крајниот југоисточен дел од територијата на Општина Ресен, чиј атар се издига на сртот на планината Баба, каде што се допира со Општината Бистрица, како и со државната гранична линија со Р. Грција. Вовлечено е во долината на Брајчинска Река. Селото е планинско со надморска височина од 1.000 метри. Зафаќа површина од 60,2 км². Од градот Ресен е оддалечено 32 км. До селото води асфалтиран пат. Во населбата постои средновековна црква Св. Арангел, но не се знае точно кога е изградена. Над селото е манастирот Св. Петка за која што исто така не се знае точно кога е изградена, но се смета дека била живописана во XII или XIII век. Во атарот на селото вкупно има 6 цркви и еден манастир. Значајни цркви се уште и Св. Никола од 1876 год. како и Св. Атанас од XVI век. Интересно за селото е дека до 1970 год. во него по течението на Брајчинска река работеле 13 воденици, а денес не работи ниту една од нив. Во селото има два рибници на индивидуални сопственици, каде се произведува познатата Брајчинска пастрмка. Најпрепознатливо за селото е старата архитектура.

Брајчино има солидни услови за развој на селскиот туризам. Во селото алтернативниот туризам се развива уште од седумдесеттите години. Госпоѓа Николина Ангелова е еден од првите индивидуалци кои работеле на развој на алтернативниот туризам не само во Преспа туку и во цела Македонија. Во 2001 година интерес за финансирање во развојот на селскиот туризам покажува и Швајцарската Агенција за соработка и развој и НВО „Про Натура“. Како резултат на нивната 3 годишна работа, формирано е Здружението за одржлив развој - Брајчино. Оваа Здружение има своја туристичка понуда. Во Здружението членуваат субјекти кои ги нудат своите услуги: располагаат со 60 легла, од кои 12 во конакот на Манастирот Св. Петка, 18 во куќата на Николина Ангеловска, која што е елитен објект за алтернативен туризам, додека останатите 30 легла се распоредени во останати пет куќи. Во селото има 8 обучени жени кои приготвуваат традиционални јадења. Специјалитети се: рибни специјалитети, особена со Брајчинска пастрмка, циронки, ѓомлезе, сушени пиперки.

Во Брајчино има две обележани патеки каде што 5 обучени водичи можат да ве прошетаат низ селото или до Големото Пелистерско Езеро. Првата тура е низ селото каде покрај црквите се разгледува и селската архитектура која е добро сочувана. Планинската тура се состои од шест часовен пат до Големото

Пелистерско Езеро, преноќување во Планинарскиот дом на Пелистер со капацитет од 40 лица и враќање. Планинарската тура има 6 станици; 1. Село Брајчино; 2. Брајчинска Река, од каде се гледаат Горната и Долната Брајчинска маала; 3. Шумска станица; 4. Бачила, 5. Панорама; 6. Големо Езеро. Оваа тура има и едукативен карактер, поплатно се среќаваат голем број на растенија, габи, животни, а патот е полн со пејсажи и кладенчиња (извори) каде планинарите можат да се освежат.

Туристите освен во домовите каде престојуваат може да бидат нагостени во Гостилницата “Вила Раскрсница” кој е автентично уредена и има капацитет од 50 лица. Покрај оваа гостилница, поголема група на гости може да биде нагостена и во конакот на манастирот Св. Петка. Подготовката на јадењата се врши пред самите гости, сите репроматеријали се со домашно производство, (домашен леб, риба од реката, домати, краставици, пиперки од бавчата, млеко од кравите...) а гостите можат да бидат и едуцирани во готвењето на одредени специјалитети.

Љубојно некогаш голема населба, позната по печалбарските движења, се наоѓа на јужниот дел на Општината Ресен, чиј атар допира до државната гранична линија со Р. Грција. Селото е рамничарско - ридско на надморска височина од 920 метри. Од градот населбата е оддалечена 28 км. Атарот зафаќа простор од 13,6 км². Низ селото тече Брајчинска Река. Во Љубојно има црква св. Никола која што потекнува од почетокот на XIV век. Љубојно е и значајно по Традиционалните Иселенички средби на Илинден, кои се одржуваат веќе 32 години. Во минатото во селото имало голем број на воденици, од кои во моментот работи само една. Значајно е по градската архитектура во селото, која ја носеле иселениците, по кои оваа село е и најпознато.

Љубојно е село со најголеми капацитети и материјални предуслови за развој на алтернативниот туризам. Оваа некогаш најголемо село во овој регион, познато по иселеништвото, има извонредните инфраструктурни предуслови. Во селото има над 400 куќи, од кои само во половината се живее цело време или само во летниот период од годината. Овие автентични куќи со мали интервенции, може да се претворат во извонредни места за пречек на гости, кои би донеле големи бенефити за локалното население.

Во селото работи Здружението за развој на алтернативен туризам - „Љубојно“. Здружението располага со 40 легла распоредени во неколку адаптирани куќи. Располага и со сопствена, скоро реконструирана воденица, каде покрај основната функција, мелење на житни култури, може да се нагостат и до 50 гости. Во селото има 20 обучени жени кои приготвуваат традиционални јадења. Во оваа село покрај интересната архитектура низ селските сокаци, може да се посетат и 13 цркви, како и остатоците од некогашните воденици.

Долно Дупение село на источниот брег на Преспанското Езеро. Селото е рамничарско на надморска височина од 890 метри. Од градот Ресен населбата е оддалечена 34 км. Атарот зафаќа простор од 14,2 км². Низ селото течат четири реки, со постојан водотек: Стара Река, Јанинска Река, Осмајнска Река и Согорска Река. Низ селото има 11 мостови. Во основа селото има полјоделско - шумарска функција. Доста е застапен и риболовот. Во атарот на селото има 13 цркви и 1 манастир, Св. Богородица. Најзначајна е селската црква Св. Кузман и Дамјан, додека најстара е Св. Атанас, од XVI век. Во селото има мотел, 3 угостителски објекти, како и 2 продавници. Старата архитектура во селото е зачувана.

Во ова село Агро туристичкото Здружение на жени “Преспанка” има своја туристичка понуда. Оваа Здружение покрај сместувањето во мотелот со капацитет од 32 легла, може да понуди и уште 30 старински легла, во стари преспански куќи, кои се прекрасно адаптирани за пречек на гости. Во Здружението работат 7 обучени жени за подготовка на традиционални јадења.

За Преспанскиот регион треба да се спомене и проектот на туристичкиот локалитет „Рибарско село” - во Отешево. Донатори на проектот се Светска Банка и Министерството за Култура на Р. Македонија, Регионалниот еколошки центар, Германска агенција за техничка соработка, Институт за трајни заедници, Американската агенција за меѓународен развој.

Рибарското село сместено во плажата на туристичката населба Отешево е производ на четиригодишна работа и сплет од неколку проекти кои се надополнуваат. Надополнувањето со содржини на овој објект и во моментот интензивно продолжува. Оваа импровизирана Рибарска населба треба да е елитен туристички локалитет, кој што ќе ја доловува сликата на едно

традиционално преспанско рибарско село. Се состои од објекти на копно и на вода. На копно со куќарќи изградени на традиционален начин, од природни материјали кои што се употребувале пред 70 години, како: леска, трска, ситка, шамак... Куќарќите имаат соодветен ентериер и предмети од секојдневниот живот. Има голем број натрадиционални рибарски помагала, рибарски алат, рибарски пловни средства изработени од едно стебло, т.н. преспански чунови. Покрај ова во Рибарското село има и наколни живеалишта, како и рибарски куќарќи на вода и сплавот како посебна атракција. Целта на овој ентериер и екстериер е посетителот, покрај гостин да биде и активен учесник, во архаичен начин на ловење на риба и подготовка на рибарски специјалитети во автентични садови и прибор. На Рибарското село може да бидат услужени со традиционални специјалитети, со старински прибор, подготвени на архаичен начин на самото место за околу 100 гости, кои ќе бидат услужени на старински клупи и столици, а посебна атракција е ручекот на Сплав кој е со капацитет до 50 гости.

Рибарското село е едукативен центар за алтернативен и културен туризам со најголемата водена сцена во Р. Македонија. На водената сцена може да се одржат голем број на театарски претстави, концерти, спортски и младински содржини, младински кампови, рибарски вечери...

Во регионот на Битола, во рамките на националниот парк Пелистер единственото населено место е **Маловиште**. Според пописот од 2002 година, ова селото има 98 жители. Сместено е на падините на Баба Планина и зафаќа површина од 29,3 км² и е на надморска висина од 1080 до 1230 метри. Селото е оддалечено на 20 км од Битола. Селото прв пат во историјата се среќава во 16 век. Постарата историја е поврзана со римскиот пат Виа Игнатиа. Селото има 55 куќи со несекојдневна архитектура (куќите се изградени од камен во форма на кули). Низ селото поминуваат две реки Шемница и Мало-виш-ка река чиј водостој го полнат многубројните изворите со мала издашност кои ги има на секои 200 метри. Селото има низок степен на инфраструктура, водоснабдување од бунари, без каптажи, без канализациона мрежа, незадоволителна електрификација, а сообраќајната инфраструктура посебно на последните 6 км на влезот во селото катастрофална. На традиционалните маловишки куќи им е потребна реставрација. Во оклината на Маловиште во пазувите на Баба има 4

цркви. Во средината на селото е црквата Св.Петка. На 1,5 км од Маловиште е манастирот Св.Ана. Во конаците на манастирот има 15 соби со 40-тина легла.

Просторот на Маловиште покрај за селски, одговара и за други видови на алтернативен туризам, како планбински велосипедизам, јавање на коњи, пешачење, качување на карпи и др. Други села кои развиваат рурален туризам во близина на Битола се **Дихово, Трново и Магарево**.

Нижје Поле е мало планинско село (1060 м нв) оддалечено 12 км. од градот Битола. Тоа се наоѓа на работ од Националниот Парк Пелистер и според пописот од 2002 година има 63 жители. Селото представува важна дестинација за рекреативците и другите туристи од регионот и државата, но исто така и соседните земји. Бројните излетнички места, планинарски патеки и скијачки терени со кои изобилува околината веќе привлекуваат посетители во текот на целата година. Селото Ниждополе дава можности за развој на повеќе видови традиционален или алтернативен туризам и одлични услови за зимски и летен туризам.

Во развојот на туризмот може да се искористи и населението од самото село Ниждополе особено за производство на здрава храна или во функција на агротуризмот. Иако не постојат прецизни податоци за бројот на посетители проценките укажуваат на тоа дека бројот значително е поголем на пролет и во летната сезона, во текот на викендите и државните празници како и во текот на собирањето на шумските плодови (диво овошје и печурки). Најразвиен е рекреативниот туризам, разгледување на околината, пешачење и планинарење. Целиот регион изобилува со вековно историско и културно наследство. Селскиот манастир Св. Петка е во на селото и датира од XIX век. Во внатрешноста на црквата има извор на света лековите вода. Дворот на црквата е уреден за целодневен престој на посетителот кој може да се одмори и релаксира во природен амбиент. Покрај неа тече реката Сапунчица на која е изграден и природен базен наречен Гргули. Црквата Св. Атанас се наоѓа во преградките на планината Пелистер. До неа од селото Нижд Поле се стигнува за 45 минути пешачење. Датира од XIX век со автентичен иконостас, мал конак и простор за одмор. Во близина се наоѓа чешма со изворска вода пред која се отвара прекрасен видик на пелагониската котлина. Посебна атракција е стариот

француски пат, изграден во Првата Светска Војна од страна на француските војски и кој води до Големо Езеро. Над селото има обележани пешачките патеки така што секој посетител или планинар може да ги види најинтересните планински делови, историски споменици и природните убавини.

Интензивирање на размислувања за имплементација на селски туризам како можност за развој на одредени средини има и за Мариовскиот крај. При тоа најмногу се споменуваат селата Манастир и Витолиште.

Мариовскиот крај е ридско - планински предел кој го зафаќа јужниот дел од Република Македонија, непосредно до границата со соседна Грција. Мариово од сите страни е заградено со пространите планинските масиви на Ниџе и Кожув од југ, Селчка Планина од запад, Дрен Планина од север и Козјак од исток. Низ целата област Мариово протекува Црна Река (средното течение) каде што всушност се наоѓа и најдолгата клисура во Република Македонија, 100 километри долгата Скочивирска Клисура која е исто така една од бесценетите природни убавини на оваа област. На запад Мариово се граничи со Пелагонија, на југ со Грција, на север со регионот Раец и на исток со висорамнината Тиквешката Котлина. Целата област Мариово зафаќа површина од 1 251 км², што претставува околу 4% од вкупната територија на Р.Македонија, а неговата територијата се простира на надморска висина од 380 до 1882 м.н.в. Тоа според течението на Црна Река се дели на Мало Мариово (лева страна од реката) и Големо Мариово (десна страна од реката). Меѓу народот, а и во повеќе монографии за Мариово се споменува и поделбата на Старо и Ново Мариово.

Во оваа област вкупно лежат 28 населени места, меѓутоа голем дел од нив во поново време се потполно раселени. Според последниот попис во 2002 година Мариово има 1 160 жители. Регионот е речиси потполно раселен и има мал број на жители. За илустрација во село Манастир има само 4 жители, а во Витолиште според пописот од 2002 година има 180 жители. Мариово од секогаш претставувало најретко населената област во Република Македонија. Наспроти тоа ова регионот изобилува со природни убавини и недопрена природа. Општината Прлеп интензивно работи на планот на заживување на Мариово. Фински и македонски бизнисмени веќе имаат потпишано меморандум за соработка за да го развиваат селскиот туризам во Мариово. Во првата фаза

локалната самоуправа им отстапи неколку напуштени објекти кои треба да се адаптираат и реновираат. Планирано е одредни објекти да се понудат бесплатно, но ако се ревитализираат во рамките на автентичноста и одржливиот развој. Досега локалната самоуправа подарила објекти со вкупна површина од 627 м2 во селата Витолиште, Полчиште, Дуње и Манастир.

Селата во мариовскиот крај се едни од најживописните и се карактеризираат со специфична камена архитектура - куќите се сидани од камен, покриени со камени плочи и слама. Регионот Мариово нуди извонредни можности за развој на сточарството, пчеларството, селскиот туризам и производството на еколошки здрава храна. Природните убавини на Мариово се идеални за планинарење, алпинизам, параглајдерство, лов, риболов. Овој крај посебно може да биде интересен и за развој на риболовниот туризам по иницијативата за изградба на акумулацијата Чебрен, на Реката Црна. Областа Мариово била населена уште од антиката, а била и дел на Античка Македонија, за што сведочат остатоци од многу тврдини и пронајдоците на штитови и останати предмети од овој период. Во 1564/65 година се случила познатата Мариовска Буна која била првата масовна форма на отпор на Македонскиот народ против Османската власт поттикната од бесправните даноци и неподносливите услови за живот. По својата старост, начин на градба, живопис, сочуваност и местоположба се издвојуваат и религиозните објекти: Црквата „Св. Никола“ - с. Манастир како најстара што потекнува од деветти век; Манастирот „Св. Пророк Илија“ - с. Мелница со најубав живопис и местоположба и Црквата „Св. Пантелејмон“ - с. Полчиште со карактеристична градба изградена на 1344 м.н.в.

Мариово има огромен потенцијал за одржлив туризам и особено за развој на манастирски туризам. Витолиште е најголемото село во Прилепскиот дел на Мариовскиот крај. Ова ридско село од Прилеп е одалечено на 46 км, а лежи на 830 метри надморска височина. Последниве години Витолиште доживува огромна депопулација и според пописот од 2002 година, во ова село денес живеат 170 жители.

Витолиште има бројни културно - историски споменици, цркви и манастири богати со фрески и богата културна традиција. Посебно место зазема споменикот за мариовска буна, Спомен костурницата на загинатите борци во

НОВ, Споменикот на паднатите борци на Лигураса (меѓу кои и Манчу Матак), Надгробната плоча на Војводата Толе Паша и неговиот син Велјан, Спомен плочата на родната куќа на писателот Стале Попов. Мариовската носија завзема посебно место во ризницата на културното наследство. Од страната на Битола потенцијално со селски туризам можат да се опфатат селата Старавина и Градешница, каде како културна манифестација секоја година се организира детскиот камп “Итар Пејо”.

Селото **Старавина** е сместено на левата страна од Градешка река на надморска височина од околу 750 м. Источно од Старавина се наоѓа многу убаво зарамнето возвишение кај народот познато како “Пешта” за кое се мисли дека претставува тврдина од римско време. За време на Првата Светска војна, селото било уништено и иселено, а по војната истото било возобновено. Денес, според пописот од 2002 година, Старавина има 23 постојани жители. Некогаш Старавина била позната по одгледувањето на винова лоза и добрите вина, поради што и самото име селото го добило по старото вино.

Во Старавина има неколку соби кои се опремени за ноќевање, а оние коишто претпочитаат автентичен селски амбиент можат да се сместат и во селските куќи. Куќите во Старавина, како и во другите мариовски села, се граделе на два ката. Долниот кат се користел за чување на овците и на другиот добиток, а луѓето живееле на вториот кат. Секоја куќа во Мариово имала по два влеза.

На неколку километри од Старавина се наоѓа селото **Градешница**, најголемото и најпознатото село во битолскиот дел на Мариово. Сместено е во срцето на мариовскиот регион, блиску до границата со Грција, во едно големо зарамнување на долината на реката Градешница. Претставува ридско село и лежи на надморска височина 800 метри. Карактеристично е по големиот број на воденици. Непосредно до селото се најдени римски пари кои зборуваат дека некогаш тука постоела населба која датирала од Римско време. Градешница е едно од најубавите села во Мариовскиот крај. За време на Првата Светска војна селото било наполно уништено и останала само една куќа. По војната Градешница била возобновена и имала повеќе од 180 куќи и 1.600 жители,

меѓутоа денес поради се поголемата депопулација тој број е опаднат на само 89 жители (попис 2002 година).

Градешница своето име го добила по тоа што порано во однос на другите мариовски села била најнапредна и личела на град. Во селото има седум цркви, од која најголема е црквата “Св. Никола” која е изградена во 1862 година, но била урната и возобновена во 1918 година. Овде можат да се видат извонредни фрески и неколку црковни книги стари 350 години. На самиот влез во селото, се наоѓа и “Св Димитрија”, најстарата црква во овој дел на Мариово, која, според мештаните, датира од XV или XVI век. и претставува реткост на Балканот, по својот камен олтар. Малото црквиче било оштетено со граната уште во Првата светска војна, и досега останало нереставрирано. Секако треба да се посетат прекрасните долини на Бела Река и Градешка (Камена) Река, гордоста на Мариово. Речното корито е составено од големи мазни камења коишто и даваат посебна убавина. Некогаш тука работеле 12 воденици. Камениот мост којшто во селото Зовиќ ја премостува Градешка Река е едно од сведоштвата оставени од големите мариовски мајстори - градители. Овој мост е останат уште од турско и за него светот дозна преку филмот “Прашина” на нашиот режисер Милчо Манчевски.

Бабино е село во Општина Демир Хисар неколку километри северозападно од Демир Хисар, во југозападна Македонија. Бабино е најпознато по најголемата приватна библиотека во Македонија, сопственост на Стево Степановски, која брои 15,000 книги. Оваа библиотека сега официјално е регистрирана и се вика Клуб на читатели "Ал-Би". Библиотеката е резултат на тривековна колекционерска работа, и поседува значителен фонд на ретки и уникатни книги, од кои најстарата е Арапски речник од 1307 година. Библиотеката скоро доживеа реконструкција како резултат на финансиската помош на македонското Министерство за Култура и Светската Банка.

Едно од локалните обележја е најразновидната флора: малини, сливи, боровинки, цреши, вишни и други, лековитите растенија мајчина душица, мов и камилица. Локалните жители подготвуваат најразлични специјалитети од македонската народна кујна: зелник од праз печен под вршник, бакрданик со пршки, суви пиперки на различни начини, печено месо на жар во земја, речна

пастрмка, кисела зелка со буковка и многу други. Локалното население е вешто во обработка на дрво, ткаење, везење и други традиционални вештини. Во самото село се наоѓа рибник со ресторан, каде што може да се пробаат вкусни специјалитети од риба, но и пити, салати и други видови традиционални јадења.

Прашања за дискусија:

Кои рурални средини имаат потенцијал за развој на туризмот во Пелагонискиот регион? Какви се карактеристиките на селата од Вардарскиот регион? Што е специфично за селата кои работат на полето на туризмот во Источниот регион? Кои села се поволни за развој на рурален туризам во Североисточниот регион? Какви се можностите за развој на руралниот туризам во Југоисточниот регион?

Вежби:

Презентација на индивидуалните работи/проектни задачи. Коментари и дискусија.

Домашна задача:

Преку програмот Google earth пронајдете ги селата кои се обработуваат во материјалот и разгледајте ја нивната околина (природни вредности, антропогени објекти, фотографии и сл.).

3. Креативните индустрии во функција на руралниот туризмот во Република Македонија

Во Република Македонија креативните индустрии се детално разгледани преку Проектот на Министерството на култура и Британскиот совет во Македонија, насловен “Мапирање на креативните индустрии во Република Македонија”. Според овој проект, туризмот претставува одвоена, насочена и програмски уредена содржина на креативните индустрии, со висок степен на преклопување и заемно надополнување со различни сектори од овие индустрии. Туризмот остварува најголема добивка од претходно наведените настани и

содржини врзани за дејствувањето на креативните индустрии. Идното функционирање на овој сектор секако треба да биде извор на доход во единиците на локалната самоуправа, преку интензивирање на процесите на децентрализација и почитување на домашната регулатива во дадените подрачја на интерес.

Креативните индустрии се карактеристични за урбаниот начин на живот, но тоа не значи дека не може да бидат успешно развивани и во руралниот туризам. Освен манифестациите кои се одржуваат во градовите (Пиво фест во Прилеп, Охридско културно лето, Скопје џез фестивал и др.), постојат и такви кои се одржуваат во руралните средини³¹⁹. Тие се карактеризираат со специфични креативни индустрии прилагодени кон условите на живот во руралните средини. Во Република Македонија има вкупно 1645 села. Во текот на годината во нашата земја се одржуваат околу 160 разни манифестации, од кои околу 65 се одржуваат во руралните средини, или 40% од сите манифестации. Најголем дел од манифестациите според мотивот и содржината се културни. Поделбата на манифестациите може да се направи според мотивите на посетителите и според содржината на програмата. Посетеноста на манифестациите во руралните региони е најчесто од локалното население, од соседните места, како и од иселениците од странство кои доаѓаат во родниот крај само поради присуството на овие манифестации. Разместеноста на разните форми на манифестационен туризам во руралните средини, гледано по региони, е како што следува: со најголем број манифестации има Пелагонискиот регион 17, потоа следат Југоисточен регион со 10, Југозападен со 9, Вардарски со 8, Источен со 7, Скопски со 6, Полошки со 4 и Североисточен регион со 4 манифестации.

Табела бр.3, Преглед на позначајни манифестации во руралните средини во Република Македонија

р.б.	Манифестација	Период на одржување	Место, општина	Класификација според мотив и содржина
------	---------------	---------------------	----------------	---------------------------------------

³¹⁹“Каталог на културни манифестации на ЕЛС”, ЗЕЛС, Скопје, 2009

СКОПСКИ РЕГИОН (6 манифестации)				
1.	Ревија на народни носии, песни и инструменти	Јули	Раштак, Општина Гази Баба	Културна, Етничка
2.	“Раштак” (Ревија на народни носии, песни и инструменти)	Јули	Раштак, Општина Гази Баба	Културна
3.	“Денот на крстот” – Селски игри	1 ^{ви} Мај	Кучково, Општина Ѓорче Петров	Културна, Спортско-рекреативна
СЕВЕРОИСТОЧЕН РЕГИОН (4 манифестации)				
4.	Бадник	Јануари	Старо Нагоричане, Општина Старо Нагоричане	Културна, Етничка, Верска-религиска
5.	“Прво заседание на АСНОМ” (Меморијален центар Пелинце)	2 ^{ри} Август	Пелинце, Општина	
6.	“Култ на соединување на Сонцето бог со Големата божица-Мајка”	31 ^{ви} Јули	Кокино, локалитет Татичев Камен, Општина Старо Нагоричани	Културна, Историска
ИСТОЧЕН РЕГИОН (7 манифестации)				
7.	Лесновска ликовна колонија	Јули	Лесново, манастир Св.Гаврил Лесновски, Општина Пробиштип	Културна, Ликовна
8.	Голачки фолклорни средби	8 ^{ми} Август	Манастир Св.Пантелејмон, планина Голак, Општина Делчево	Културна, Фолклорна
9.	“Истибањско здравоживо” (Меѓународен фолклорен фестивал)	Септември	Истибања, Општина Винаца,	Културна, Фолклорна
10.	“Ратевски бамбурци” (Малешевски карневал)	19 ^{ти} Јануари	Ратев, Општина Пехчево	Културна
ЈУГОИСТОЧЕН РЕГИОН (10 манифестации)				
11.	Ѓурѓовденски коњички трки	6 ^{ти} Мај Ѓурѓовден	Всинево, Општина Васинево	Културна, Спортска, Верска-религиозна
12.	Ден на празот	13 ^{ти} Ноември	Градошорци, Општина Васинево	Културна, Стопанска
13.	Хид-Бах-Шен-Фест (Пролетни веселби-Хидрелез, Меѓународен	5-7 Мај	Чалакли, Општина Валандово	Културна, Етничка, Фолклорна

	фестивал на турски јазик)			
14.	Богдански средби	22 Јули до 20 Август	Богданци, Општина Богданци	Културна
15.	Културна манифестација “Дојрански ракувања“	10 Јули – 19 Август	Дојран, Општина Дојран	Културно-уменичка
ВАРДАРСКИ РЕГИОН (8 манифестации)				
16.	Саем на здрава храна “Поблиску до природата“	21 ^{ви} Март Ден на пролета	Согле, Општина Чашка	Културна, Гастрономска
17.	“Папрадишки мајстори“ (Сликарско-копаничарска колонија)	9-18 Јули	Папрадиште, Општина Велес, Вардарски регион	Културна, Ликовна
18.	“Пеливански борби“	7 ^{ми} Мај	Лозово, Општина Лозово	Културна, Фолклорна, Спортска
ПЕЛАГОНИСКИ РЕГИОН (17 манифестации)				
19.	Светска македонска иселеничка средба	2 ^{ри} Август Илинден	Трново, Општина Битола	Културна, Етничка
20.	Етно фестивал Маловишта (Етно фестивал на Влашката култура)	Август Св. Ана	Маловиште, Општина Битола	Културна, Етничка, Фолклорна, Етнолошка, Гастрономска
21.	“Ибче-Фест“ (Фестивал на Бошњачката зедница во Република Македонија)	24-25 Мај	Лажани, Општина Долнени	Културна
22.	“Пеливанско борење“ (Спортско-културна манифестација на турската заедница)	Април -Мај	Дебреште, Општина Долнени	Културна, Етничка, Спортска
23.	“Пеце Атанасовски“ (Меѓународен фестивал на изворни народни инструменти, песни и фолклорни групи)	15 мај – 19 јуни, Спасовден	Долнени, Општина Долнени	Културна, Етничка, Музичка, Фолклорна
ЈУГОЗАПАДЕН РЕГИОН (9 манифестации)				
24.	Вевчански карневал	13-14 Јануари	Вевчани, Општина Вевчани	Културна
25.	“Флака“ Традиционална манифестација	17 ^{ти} Јануари	Осломеј, Општина Осломеј	Културна, Поетска
ПОЛШКИ РЕГИОН (4 манифестации)				
26.	Денови на одгледувачите на кози и овци	Јули	Маврово, локација „Смрдлива Вода“ - Галичник, Општина Ростуше-Маврово	Културна, Стопанска, Гастрономска

27.	Галичка свадба	12 ^{ти} јули Петровден	Галичник, Општина Ростуше- Маврово	Културна, Етничка,
28.	Ден на традиционална Реканска пита (Реканско културно лето)	25 ^{ти} јули	Ростуше, Општина Маврово-Ростуше	Културна, Етничка, Гастрономска

Извор: Taskov, N., Dimitrov, N., Metodijeski, D., “Rural regions with developed manifestation tourism in Republic of Macedonia“, Scientific conference with international participation, Plovdiv, Bulgaria, 2010

Може да се констатира дека манифестациите во руралните региони се одвиваат претежно во летниот период, допринесувајќи за развојот на туризмот. Во Република Македонија нема официјални статистички податоци за посетеноста на манифестациите. Во иднина би требало да постојат таков вид податоци, со цел манифестациите да бидат подобро планирани, а со тоа и подобро посетени. Би можело во организацијата на овие манифестации да се вклучат и волонтери, со што би се развил и волонтерскиот туризам. Би требало да се направи преглед на манифестациите по дати и место на одржување, за да може да се направи заедничка манифестациско-туристичка понуда која би им била понудена на туристичките агенции. За овие манифестации, од голема важност е пограничната соработка со цел посета на туристи од соседните земји. Исто така би можело и да се вклучат Универзитетите во чиј состав има Факултети за туризам во организацијата на манифестациите со учество на свои студенти кои низ практична работа и со сопствени идеи би дале придонес за подигнување на нивото на манифестациите.

Некои од поважните манифестации кои се одржуваат во руралните средини, а беа посочени во табелата погоре се: Голачки фолклорни средби, Истибањско “живо-здро”, Лесновска ликовна колонија, Фестивалот на изворни народни песни, ора и инструменти “Пеце Атанасовски” во Долнени, Вевчанскиот карневал, Галичка свадба, Етно саемот “Малешевијата на дланка” во Берово, Крушево “Етно град” и други. Во овој контекст, интересно е да бидат споменати ликовните колонии, кои се одржуваат во руралните средини. Многу уметници од земјава и странство учествуваат во ваквите колонии, кое истовремено ги прави не само учесници, но и туристи.

Руралната култура е атрактивен дел на туристичкиот производ. Нејзин израз се фолклорните игри, песни, свадби, религиозните обичаи и веселби, исхраната. Тоа се специфични форми на заедниците кои ја населуваат Македонија – Македонци, Албанци, Срби, Турци, Роми, Власи и др. Државата ни дава единствена можност да се види взаемното испреплетување на култури создадени првенствено од два етноса и две религии – христијанска и муслиманска. Тука се пројавува духот на толеранцијата меѓу нив, зацврстен уште повеќе заради заедничките економски проблеми.

За да се зголеми локалната понуда на туристички стоки и услуги, економскиот интерес ги поттикнува претприемачите да ги обноват некои од заборавените занаети како грнчарство, дрворезба, ткаење и др. Тоа од една страна ќе создаде нови работни места и ќе ја намали невработеноста, не само во дадената рурална средина, но и во соседните. Со цел да се зголеми конкуренцијата во понудата на руралниот туристички производ се организираат различни манифестации како панаѓури и карневали, се подобрува пристапот до локалните историски споменици, се реставрираат старите цркви, манастири и др.

Од аспект на креативните индустрии, во нашата земја недостасува понуда на креативен туризам, кое во иднина би требало да се промени. Промената треба да биде направена со проширување на понудата во руралниот туризам, преку вклучување на дополнителните дејности како: уметнички и занаетчиски студија и работилници, организирање на обуки и производство на ракотворби (тоа што туристите ќе го произведат да можат да го земат со себе на заминување), обуки за изучување на народни игри и танци, националната исхрана, музеи (најмалиот етнологски музеј во Џепчиште³²⁰) и др.

4. Улогата на руралната жена во можностите за развој на руралниот туризам во Република Македонија

Според едно истражување кое ги разгледува ставовите на фокус групите во руралните средини, нивните општини се атрактивни поради следното³²¹:

³²⁰Златев, С., “Монеграфија, најмал етнологски музеј во светот”, Скопје, 2009

³²¹“Студија за состојбите во руралните заедници”, МЦМС, Скопје, 2007

- здрава животна средина и природни убавини, како предност за развој на селскиот туризам;
- развој на земјоделството и сточарството; и
- преработка на еколошки здрава храна.

Од погоре наведеното, може да се забележи дека руралните заедници му даваат големо значење на руралниот туризам, а тој не може да се разгледува без да се потенцира големата улога на руралната жена во него.

Положбата на жената во руралната средина во нашата земја е тема која е малку разгледувана. Постојат неколку истражувања кои се однесуваат на руралната жена, како: родовиот аспект во руралните средини³²² и родовиот баланс во земјоделскиот сектор³²³. Во овој труд се опфатени само општите аспекти и улогата која ја има руралната жена во развојот на руралниот туризам.

Според Лутовска, жените од руралните средини и жените од малцинските етникуми се вклучени главно во домашна работа, што условува инфериорност во општеството. На нив останува грижата за домот, децата и земјоделските работи, а обичните жени тешко да се осмелуваат да побараат вработување³²⁴.

“Во конзервативното македонско општество жените на село се четирипати повеќе вклучени во домашната работа отколку мажите” – оваа констатација е содржана во една од анализите на Центарот за истражување и создавање политики од Скопје, во врска со различни аспекти на родовата нееднаквост во Македонија. Според овој истражувачки центар, “кога доминантните животни активности на селските жени се сведуваат на тоа домот да биде исчистен, а децата згрижени, тогаш е сосема логично дека тоа ќе предизвика инфериорен статус на жените во општеството, особено во јавниот и политичкиот живот”. Истовремено “тие жени ќе имаат помали можности на пазарот на трудот”. Треба да се почитуваат сите закони, кои “и ја даваат” и “и ја гарантираат” на жената можноста да биде вклучена во јавниот живот, да биде поактивна и да биде во

³²²Димитријевска, В., Стојаноска, Т., “Родов концепт во руралните средини во Република Македонија”, Сојуз на организации на жени во РМ, Скопје, 2003

³²³“Analysis of gender balance in the agricultural sector in the Republic of Macedonia”, Centre for Research and Policy Making, Skopje, 2008

³²⁴www.mn.mk (06.01.2010)

позиција да носи решенија, а меѓу неопходните потреби е и онаа да се покрене иницијатива за отворање на градинки во руралните средини.

Исто така, треба да се обезбедат проекти за кариерен развој на жените. Денес, жените се присутни во Советите на општините, во образованието, во здравството, во пошта и др. Оваа позиција не е задоволителна, бидејќи се уште раководните места во руралните средини им припаѓаат на мажите.

Лутовска ги наведува податоците од Обединетите нации кои покажуваат, дека во процесот на производството на храна, жената учествува со 50%, но не поседува земја, што претставува особен хендикеп. Според последните податоци со кои располагаме може да се каже дека оваа тенденција е присутна и во нашата земја. Македонската жена е моќен двигател за развојот на општествениот живот во градските средини, но уште повеќе во руралните средини. Жените фармери од година во година стануваат се повеќе организирани и нивното влијание врз креирањето на политиките во земјоделството е се поголемо.

Министерот за земјоделство, шумарство и водостопанство во едно свое обраќање до јавноста³²⁵, истакна дека бројот на жените од руралните средини кои аплицираат за добивање кредити се зголемува. “Тоа покажува дека се зголемува улогата на жената како носител на земјоделски, но и на неземјоделски активности во руралните области. Од друга страна, пак, статистичките податоци покажуваат дека многу малку од нив се вработени во секторот земјоделство, а уште помалку во секторот земјоделски услуги”. Владата, нагласи Министерот, посебно ќе ја поддржува економската активност на жените преку европската претпристапна помош (IPARD), со тоа што предност им се дава на жените апликанти за инвестиции во земјоделски стопанства.

Сојузот на организации на жени на Македонија што ја организираше манифестацијата под мотото “Право на храна: руралните жени произведуваат и снабдуваат”, смета дека државата треба преку преземање сеопфатни мерки да

³²⁵<http://www.mia.com.mk/default.aspx?vld=27658908&lld=1> (20.10.2010)

поттикну промени што ќе ја подобрат состојбата на жената во руралните средини.

Во Република Македонија постојат повеќе здруженија кои работат на тоа руралната жена да биде вклучена во нивните активности. Како пример за ова би го истакнале Здружението за заштита и развој на руралниот простор “Извор” од Другово, кое прави напори да ја вклучи жената со сите нејзини потенцијали³²⁶. Една таква активност е “Ајваријадата”, која доживеа голем успех и има реални шанси да се претвори во бренд на овој регион. Заедно со руралното село Манастирско Доленци, кое ќе биде отворено со помош на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, општина Другово има можност за развој на руралниот туризам каде жената од селата ќе може да ги покаже сите свои квалитети.

Федерацијата на фармери на Република Македонија, секоја година по повод 15 Октомври - Светскиот ден на руралната жена, организира свеченост и трибини, и одбира пет успешни рурални жени. Во 2008 г. меѓу нив се најде и госпоѓата Николина Ангеловска од с.Брајчино, која повеќе од 30 години се занимава со рурален туризам³²⁷.

5. Заклучни согледувања

Од направените истражувања, може да се донесе заклучокот, дека Република Македонија има значителен потенцијал за развивањето на рурален туризам. Ова становиште се темели на повеќе факти, од кои би ги посочиле следните:

- состојбата на природната компонента во Република Македонија, која е во подобра состојба во споредба со повеќето држави од ЕУ. Во Европа, постојат региони кои се сиромашни со зеленило, но ангажираноста и еколошката свест на луѓето ги поттикнува да прават “од ништо нешто”. За разлика од ваквите региони, во Република Македонија природата е исклучително благонаклонета;

³²⁶<http://www.mia.com.mk/default.aspx?vld=59534418&lld=1> (20.10.2010)

³²⁷“Моја земја”, Списание за земјоделство и рурален развој, бр.37, Ноември 2008

- туристичките дестинации кои нудат рурален туризам во Република Македонија се во предност во однос на туристичките центри за масовен туризам, во смисла на помала и похармонична структура, помалку шум, стрес и пренаселеност; и
- постоењето на богато културно историско наследство во руралните средини ја збогатува содржината на руралниот туристички производ, со предлагање на различни атракции насочени кон туристите со специјални интереси, како: традиционалните за руралната средина занаети, архитектура, фолклор, исхрана, начин на живот и др.

Од друга страна, истражувањата во рамките на овој труд покажуваат извесни пречки за развојот на руралниот туризам, од кои би ги споменале неколку:

- недостигот на официјална дефиниција за овој поим, како и нецелосната законска регулатива;
- недоволната ангажираност на централната и локалната власт;
- непостоење на организираност на претприемачите во руралниот туризам;
- ниската активност на невладиниот сектор и др.

Концепцијата за одржлив развој одамна е на дневен ред во европското општество. Синхронизацијата помеѓу економскиот, социјалниот и еколошкиот развој како најмногу да важи за руралниот туризам. Како основна пречка за одржливиот развој на руралниот туризам се јавува сезоната на побарувачката на руралниот туристички производ.

Како друг проблем во развојот на руралниот туризам во Република Македонија беше истакнат и недостигот од стратегија за секој поединечен туристички производ во определена рурална средина. Повеќето од руралните домаќинства ја потценуваат важноста на тоа што точно треба да се вклучи во предложениот од нив туристички производ. Поради тоа, масовна појава е елементите на руралниот туристички производ (ноќевање, исхрана, дополнителни услуги) да бидат избрани и комплетираны по убедувањето на самото рурално домаќинство. Тој факт сам по себе е позитивен, затоа што

демонстрира желба за здобивање со повеќе искуство и познавање во областа на руралниот туризам од непосредно сврзаните со неговиот развој рурални домаќинства. Успешното развивање на руралниот туризам во руралните средини им ја дава можноста на домаќините да ги зголемат своите дополнителни приходи и да осигурат дополнителна искористеност на лица, членови на семејствата или надворешни соработници. Во прв ред, приходите од туризмот се разгледуваат од руралното домаќинство како второстепен извор на доход. Побрзото зголемување на приходите од туризмот во однос на приходите од селскостопанската дејност, како и направените инвестиции во човечки фактор и објекти за сместување, постепено го менува приоритетот на руралниот туризам и тој започнува да се претвора во основна дејност, а селскостопанската дејност во дополнителна.

Општ впечаток е, дека планирањето на туристичката дејност во македонските рурални средини не би можело да биде направено без спроведени периодични специјализирани истражувања. Резултатите од таквите истражувања треба да послужат како појдовна точка за планирање и вршење на промени во структурата, како на индивидуално понудените рурални туристички производи, така и на дестинациите во кои туристите би сакале тој да се развива.

Споредувајќи го квалитетот на македонскиот туристички производ со цената, констатиравме, дека тој е неколку пати подобар од цената која се плаќа за него, најмногу поради фактот што голем дел од објектите за рурален туризам се градени во последните десет години и одговараат на современите барања за комфор. Во врска со тоа, потребно е да се направат напори од заинтересираните страни за промена на претставата на странските туристи за предлаганиот за Република Македонија рурален туристички производ, во правец на акцентирање на квалитетот на производот, а не врз цените. Република Македонија во последните 20 години е слабо позната на повеќето странски туристи. Во врска со тоа:

- практикувањето на руралниот туризам во Република Македонија ќе им даде можност на странските туристи сами да дојдат до впечатоци преку сопственото искуство, како и за последиците од функционирањето на различен (од западно европскиот) социјално-економски систем;

- да го оценат придонесот на Република Македонија за збогатување на светското културно историско наследство;
- да се запознаат со меѓуетничките односи во Република Македонија; и
- да ја прифатат Република Македонија како земја рамноправна со нивната.

Распространетоста на интернет реклами за можностите кои што ги нуди Република Македонија за практикувањето на рурален туризам е еден од најперспективните начини. Сепак, користењето на глобалната мрежа за целите на руралниот туризам во Република Македонија е релативно ограничено. Основна причина за тоа е нискиот степен на користење на компјутери во руралните средини, лошата состојба на техничката инфраструктура, недостаток на професионална изработка и поддршка на интернет страниците и др. Решавањето на посочените проблеми ќе има позитивен ефект врз зголемувањето на продажбите на македонскиот рурален туристички производ во странство.

Имајќи ги предвид горе наведените тенденции, разнообразието на структурата на понудениот македонски рурален туристички производ би требало да се насочи кон следните активности:

- да се зголеми понудата на рурални туристички производи во кои е предвидено исхраната на туристите да биде реализирана на принципот на самопослужување;
- да продолжи тенденцијата да бидат градени и нудени мали по обем туристички објекти во кои се нуди: лични односи со секој гостин, традиционален и типичен за тој регион бит, можности за непосреден контакт со руралното домаќинство и др.; и
- да се направи истражување на странските искуства и да бидат разгледани можностите за нивната примена во Република Македонија.

Во овој труд беше направен осврт на улогата на креативните индустрии и руралната жена во развојот на руралниот туризам. Беа направени заклучоци, кои го поткрепуваат становиштето, дека овие два поима имаат огромно значење и претставуваат составен дел од туристичката понуда во руралните средини. Врз основа на заклучоците, би можеле да изнесеме неколку согледувања, кои би

дале придонес за целокупниот развој на руралниот туризам. Прво, треба да постојат даночни олеснувања за лицата кои се занимаваат со креативни индустрии. Второ, понудата на креативните индустрии треба да биде пласирана на странските пазари. Трето, овие индустрии треба да бидат препознаени и потпомогнати од страна на државата, и четврто – треба да бидат вклучени во понудата на креативниот туризам. Што се однесува до улогата на руралната жена, заклучокот се движи во следните насока: руралната жена е активен учесник, а во некои случаи и иницијатор за започнување и раководење на дејност во сферата на руралниот туризам. Нашето становиште во овој дел е, дека би било пожелно таа да се вклучи и во другите аспекти на руралниот живот, бидејќи со тоа ќе допринесе за целокупниот развој на руралната средина. Врската помеѓу руралната жена и туризмот е двонасочна – колку таа му е потребна нему, толку тој и е потребен на неа.

Сметаме, дека за развојот на руралниот туризам во Република Македонија од големо значењесе:

- промена на законската регулатива и точно дефинирање на дејностите поврзани со руралниот туризам;
- статистичка база на податоци за објектите кои нудат рурален туризам;
- здружување на претприемачите кои нудат рурален туризам на локално, регионално и национално ниво;
- истражување на понудата и побарувачката на рурален туристички производ;
- адекватна национална стратегија за развој на руралниот туризам;
- поголемо искористување на европските фондови за рурален развој;
- обуки од страна на високо образовните институции и надлежните министерства за локалното население кое учествува во руралниот туризам; и
- отворање на сектори за туризам во склоп на општините кои планираат да развиваат рурален туризам.

За крај би било умесно да завршиме со фактот, дека младото поколение го познава сосема малку селскиот начин на живот, и тоа најмногу преку брошури, телевизиски реклами и интернет, а не преку раскажувањата на своите родители,

дедовци и баби. Прекинувањето на врската помеѓу поколенијата и навлегувањето на пазарните принципи во селата во Република Македонија, вршат одредено влијание врз руралните средини. Руралните традиции, макар и бавно, трпат промени што се одразува и на начинот на живот во македонските рурални средини. Колку и да се тврди, дека присуството на туристи нема големо влијание врз начинот на живот на локалното население, сепак контактите укажуваат влијание и во крајна сметка резултираат со комуникација меѓу населението и туристите. Оваа комуникација постепено води до комерцијализација на руралниот туризам и го наметнува прашањето, колку долго тој ќе ја зачува чистата форма.

Прашања за дискусија:

Која е улогата на креативните индустрии во функција на развој на руралниот туризмот во Република Македонија? Кои се позначајните манифестации во руралните средини во нашата земја? Каква улога има руралната жена во развојот на руралниот туризмот во Република Македонија? Кои се пречките за развојот на руралниот туризам во нашата земја? Кон кои активности би требало да се насочи структурата на понудениот македонски рурален туристички производ? Што е од големо значење за развојот на руралниот туризам во Република Македонија?

Вежби:

Презентација на индивидуалните работи/проектни задачи. Коментари и дискусија.

Домашна задача:

Коментар на стандардите за оценување на квалитет на Eurogites, дадени во прилог 1.

Прилог1

СТАНДАРДИ ЗА ОЦЕНУВАЊЕ НА КВАЛИТЕТ Рурално Сместување

Верзија 1.0b, одобрена од страна на Генералното Собрание на Eurogites, 2005

Блок 1 Опрема

Бр.	Опис	Минимални локални стандарди	Интернационален пазар
1.1	Локален стил на градби	Со елементи кои се типични за регионот (2)	Архитектура во локален стил (3)
1.2	Локален стил на декорација	Компатибилно со локалниот стил (2)	Компатибилно со локалниот стил (2)
1.3	Степен на зачуваност	Високо ниво (3)	Многу високо ниво (4)

Бр.	Опис	Минимални локални стандарди	Интернационален пазар
1.4	Традиционална/Автентична опрема	Основно (1)	Средно (2)
1.5	Целосна хигиена	Многу високо ниво (4)	Многу високо ниво (4)
1.6	Големина на еднокреветни соби	Според законската регулатива	10 m ² (соби/В&В) 8 m ² (самопослужување)
1.7	Еднокреветни/двокреветни соби	Според законската регулатива	15 m ² (соби/В&В) 12 m ² (самопослужување)
1.8	+ Додатен кревет	Според законската регулатива	+3 m ²
1.9	Опременост на собите	Функционална	Функционална, со простор за чување
1.10	Големина на креветите	Единичен 90/180 Двоен 135 /180	Единичен 90/190 Двоен 150/190
1.11	Квалитет на креветите	Висок (3) – Душек со пружина или слично	<i>исто</i>
1.12	Големина на заедничките простории	Адекватно (2) за број на клиенти	<i>исто</i>
1.13	Осветлување/Прозори во собите	Да/Потребно	Да/Потребно
1.14	Бањи – минимална опрема	Затворен простор со приватност, туш со завеса, вентилација, греење	Туш, WC, Лабаво, простор за чување, огледало. Препорачливо е WC за секоја соба.
1.15	1 Бања на X клиенти	1 на објект (куќа) Максимум 8 клиенти	1 на секои 2 соби/4 клиенти; препорачливо за В&В
1.16	Систем за снабдување со вода	Потребно	Потребно
1.17	Снабдување со топла вода	Потребно, со доволна количина на топла вода за сите клиенти	<i>исто</i> , препорачливо е непрекинато снабдување
1.18	Греење	У (каде што е изводливо)	У (каде што е изводливо)
1.19	Климатизација	Не	У (каде што е изводливо)

Блок 2 Средина

Бр.	Опис	Минимални локални стандарди	Интернационален пазар
2.1	Рурална средина за сместување	Потребно е високо ниво	Потребно е високо ниво
2.2	Непријатни влијанија или (мирис, врева, визуелни,...)	Според законската регулатива	Неколку (3) (препорачливо: ниедно)
2.3	Природни Богатства 1: <i>природа, пејзаж, поглед, ...</i>	Средно (2)	Високо (3)
2.4	Природни Богатства 2: <i>етнографски, култура, традиција, архитектура, ...</i>	Средно (2)	Високо (3)
2.5	Состојба на природата и одржување	Средно (2)	Добро (3)
2.6	Придонес за локален развој/локална продукција	Основно ниво (1)	Средно ниво (2)
2.7	Социјална и културна одговорност	Многу високо (4)	Многу високо (4)
2.8	Комуникација со локален претприемач	Според законската регулатива	<i>исто</i>
2.9	Општествена одговорност	Според законската регулатива	Високо (3)

Блок 3 Услуги во сместувањето и средината (<15 км)

Бр.	Опис	Минимални Локални Стандарди	Интернационален Пазар
3.1	Услуги за чистење	Не се задолжителни	Не се задолжителни Препорачливо да бидат достапни
3.2	Исхрана подготвена од страна на домаќинството	Не е потребно	Не е потребно Препорачливо за соби /B&B
3.3	Локална гастрономија/ Ресторани	Да	Да
3.4	Избор на слободни активности во објектот на сместување	Не е потребно	Не е потребно

3.5	исто и во средината	Да	Да
3.6	Пристап/Патокази	Нормален пристап со некои потешкотии / да	Пристап со приватна кола / да
3.7	Обезбеден појадок	Не е потребно	Да (соби/V&B) Кујна (самопослужување)
3.8	Обезбедени информации за туристите	Да	Да +јазик на целниот пазар, Препорачан - Англиски
3.9	Обезбедени информации/ инструкции за куќата	Да, на локален јазик	Да + јазик на целниот пазар, Препорачан - Англиски

Блок 4 Лично внимание, приватност и амбиент

Бр.	Опис	Минимални локални стандарди	Интернационален пазар
4.1	Професионална/Стручна квалификација	Здравствена и безбедносна	исто + тренинг за пречекување
4.2	Срдечен прием за клиентите	Да	Да
4.3	Персонални информации и претставување на локалните понуди	Препорачано	Да
4.4	Лично внимание е доставено за време на престојот (доколку е потребно)	Да	Да
4.5	Познавање на странски јазици	Не	Јазик на целниот пазар, Препорачан – Англиски. Сопственик, член на фамилија, или блиска личност
4.6	Персонализирани информации за сместувањето и средината/ книга на гости	Не / Препорачливо	Да / Да
4.7	Приватност на просторите користени од страна на клиентите	Само спални соби; препорачливо е ексклузивно користење на бањите од страна на клиентите	Спални соби, бањи, некои општи простори за ексклузивно користење од страна на клиентите

Блок 5 Безбедност

Бр.	Опис	Минимални локални стандарди	Интернационален Пазар
5.1	Осигурување од јавна одговорност	Да	Да
5.2	Заштита од оган и незгода	Според законската регулатива	Да
5.3	Исполнување на законските одредби и регистрација каде што е потребно	Да	Да
5.4	Контрола на адекватна техничка состојба на опремата итн.	За секој нов имот	<i>исто</i>
5.5	Здравје (<i>хигиена – достапни здравствени услуги – итн.)</i>	Прва помош, хигиена на објектите и просториите за гости. Информации за здравствени услуги.	Детални информации за здравствени услуги на 15 мин. растојание, доставени по барање при резервација; во секој случај, достапни во сместувањето за време на престојот
5.6	Гаранција за правилни/точни информации пред резервирање	Веродостојно ажурирање (одговорност на сопственикот)	Вклучува гаранција за трето лице (<i>асоцијација, сертификационо тело, ...)</i>
5.7	Заштита на клиентот (<i>поплаки, дефинирани процедури, ...)</i>	Според законската регулатива	+ Табела за задоволство на клиентот
5.8	Документи за резервација (<i>потврдување, стандардни услови, потврда, итн.</i>)	Условите за резервирање мора да постојат и да се достапни	+ Писмена потврда на резервацијата, услови, и спецификација
5.9	Достапен ценовник	Да	Да

БИБЛИОГРАФИЈА

1. Agostini, S., "Learning sustainability of rural tourism: farm competitiveness and landscape health risk assessment", International Commission of Agricultural Engineering, E-Journal, Volume 9, 2007
2. Arahi, Y., "Rural tourism in Japan: the regeneration of rural communities", Rural life Research Institute, Japan, 1998
3. "Analysis of gender balance in the agricultural sector in the Republic of Macedonia", Centre for Research and Policy Making, Skopje, 2008
4. Ashworth, G., Goodall, B., Eds., "Marketing tourism places", Routledge, London, 1990
5. Ashley, C., Maxwell, S., "Rethinking rural development", Development policy review, 19, Blackwell Publishing, London, 2001
6. Breiling, M., "Rural tourism: experiences from Austria, opportunities for Japan", Japanese Rural Planning Society, Kinki Meeting, 2005
7. Butler, R., Hall, M., Jenkins, J., ed., "Tourism and recreation in rural areas", John Wiley and Sons, 1998
8. Butler, R., Hinch, T., ed., "Tourism and indigenous peoples: issues and implications", Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2007
9. Barke, M., "Rural tourism in Spain", International Journal of Tourism Research, V.6, p.137–149 2004
10. Beeton, S., "Community development through tourism", Landlinks Press, 2006, p.163

11. Beus, C., "Agritourism: cultivating tourists on the farm", Washington State University Extension, Publication, 2008
12. Blašková, M., Blaško, R., "Sustainable development of rural tourism through relations between customers and employees motivation", Management theory and studies for rural business and infrastructure development, Nr. 15 (4). Research papers, 2008
13. Brandth, B., Haugen, M., "Gendered work in family farm tourism", Journal of Comparative Family Studies, 2007
14. Briedenhann, J., Wickens, E., "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream?", Tourism Management, 25, 2004
15. Bryden, J., "Rural Development indicators and diversity in the European Union", Conference proceeding: "Measuring Rural Diversity", Economic Research Service, Washington, DC, p.21-22, 2002
16. Buckley, R., "Case studies in ecotourism", CABI Publishing, 2003
17. Burkart, A. J., Medlik, S., "Tourism: past, present and future", Heinemann, London, 1981
18. Cohen, E., "Introduction: investigating tourist arts", Annals of Tourism Research, pp. 1-8, 1993
19. Cohen, E., "The sociology of tourism: approaches, issues and findings", Annual review of sociology, Vol.10, 1984
20. Crang, M., "Cultural geography", Routledge, London, 1998
21. Crompton, J., "Motivations for pleasure vacations," Annals of Tourism Research, VI (4), 1979
22. Cloke, P., "An index of rurality for England and Wales", Regional studies, 2, 1997
23. California Travel and Tourism Commission, "Rural tourism strategic plan", 2007
24. Campanhola, C., Graziano da Silva, J., "Tourism in the rural area as a new opportunity for small farmers", Texto para Discussão, IE/UNICAMP, Campinas, n. 72, 1999
25. Canoves, G., Villarino, M., Gerda, K., Priestley, A., Blanco, A., "Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution", Geoforum, 35, 2004
26. Cawley, M., Marsat, J., Gillmor, A., "Promoting integrated rural tourism: comparative perspectives on institutional networking in France and Ireland", Tourism Geographies, V.9, N.4, p.405–420, 2007
27. Chapain, C., De Propriis, L., "Drivers and processes of creative industries in cities and regions", Creative Industries Journal 2: 1, p. 9–18, 2009
28. Christou, P., Saveriadesy, A., Lashley, C., "Journeying into tourist psychological matters", Hospitality & Tourism Management, International CHRIE Conference, 2007
29. Chu, J., "Museums and creative industries: a myth in Taiwan", Department of Cultural Affairs. Taipei City Government, 2004
30. Conrady, R., Buck, M., ed., "Trends and Issues in global tourism 2007", Springer, 2007
31. Cunningham, S., Keane, M., Ryan, M., "Finance and investment in creative industries in developing countries", Asia-Pacific Creative Communities: A Strategy for the 21st Century Senior Expert Symposium, India, 2005
32. Cunningham, S., "The evolving creative industries: from original assumptions to contemporary interpretations", 2003
33. Curry, N., "Countryside recreation, access and land use planning", E & FN Spon, London, 2005

34. "Creative industries 2005: The congressional report", Americans for the arts, 2005
35. "Creative Industries and Development", United Nations Conference on Trade and Development, Sao Paulo, 2004
36. "Creative Industries and Micro & Small Scale Enterprise Development: A Contribution to Poverty Alleviation", Project XP/RAS/05/002 As a Joint Initiative by UNIDO and UNESCO, 2007
37. Dann, G., Parrinello, G., eds., "The sociology of tourism European origins and developments", Emerald Group Publishing Limited, UK, 2009
38. Derno, L., "Farm tourism in Europe", *Tourism Management*, V.4, I. 3, p.155-166, 1983
39. Damulienė, A., "SAPARD support efficiency to rural tourism business", 2008
40. Eduard, K., "Terminologija ruralnog turizma", I Hrvatski kongres o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem - Perspektive razvoja ruralnog turizma, Hrvatska, 2007
41. "Eastern Ontario: Canada's creative corridor", Project Funded by The Eastern Ontario CFDC Network Inc, Fednor and The Government of Canada, 2009
42. Feifer, M., "Going places", Macmillan, London, 1985
43. Fleischer, A., Tchetchik, A., "Does rural tourism benefit from agriculture?", *Tourism Management*, N. 26, p.493–501, 2005
44. Florida, R., "Cities and the creative class", Routledge, New York, 2005
45. Foord, J., "Strategies for creative industries: an international review", *Creative Industries Journal*, V. 1, N. 2, 2008
46. Franklin, A., "Tourism: an introduction", SAGE Publications, 2003
47. Goffman, E., "Frame Analysis: an essay on the organisation of experience", Penguin, Harmondsworth, 1975
48. Gartner, W., "Rural tourism development in the United States: a short history, a problematic future", 9th Joint Conference on food, agriculture and the environment, Conegliano, 2004
49. Gartner, W., Lime, D., ed., "Trends in outdoor recreation, leisure and tourism", CABI Publishing, 2000
50. George, W., Mair, H., Reid, D., "Rural tourism development: localism and cultural change", Channel View Publications, UK, 2009
51. Getz, D., Carlsen, J., "Characteristics and goals of family and owner-operated businesses in the rural tourism and hospitality sectors", *Tourism Management*, N. 21, p. 547-560, 2000
52. Gilbert, D., "Rural tourism and marketing, Synthesis and new ways of working", *Tourism management*, Vol. 10 No.1, pp.39-50, 1989
53. Goeldner, C., Ritchie, B., "Tourism: principles, practices, philosophies", John Wiley & Sons, Inc., 2009
54. Gogonea, R., Hapenciuc, C., Dragan, I., "The link between local and global management in the rural tourism", *The Annals of the "Ștefan cel Mare" University Suceava. Fascicle of The Faculty of Economics and Public Administration Volume 9, No.1(9)*, 2009
55. Gössling, S., Hall, M., Weaver, D., ed., "Sustainable tourism futures: perspectives on systems, restructuring and innovations", Routledge, 2009
56. "Gender & Tourism: Women's Employment and Participation in Tourism", UNED- UK project report summary, 1999
57. Halfacree, K., "Locality and social representation", *Journal of rural studies*, N.9, 1993

58. Hall, D., Kirkpatrick, I., Mitchell, M., "Rural tourism and sustainable business", Channel View Publications, UK, 2005
59. Hall, D., Roberts, L., Mitchell, M., ed., "New directions in rural tourism", Ashgate Publishing Limited, 2003
60. Hall, M., Sharples, L., "Food and wine festivals and events around the world: development, management and markets", Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2008
61. Hall, M., Sharples, L., Cambourne, B., Macionis, N., Mitchell, R., Johnson, G., ed., "Wine tourism around the world: development, management and markets", Elsevier Butterworth-Heinemann, 2000
62. Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., Cambourne, N., ed., "Food tourism around the world: Development, management and markets", Elsevier Butterworth-Heinemann, 2003
63. Harris, R., Griffin, T., Williams, P., ed., "Sustainable tourism: a global perspective", Butterworth-Heinemann, 2002
64. Hartley, J., ed., "Creative Industries", Blackwell Publishing Ltd, 2005
65. Haugen, M., Vik, J., "Farmers as entrepreneurs: the case of farm-base tourism" International Journal of Entrepreneurship and small business, V.6, N. 3, p.321-336, 2006
66. Helgadottir, G., Sigurdardottir, I., "Horse-based tourism: community, quality and disinterest in economic value", Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 8, No. 2, 105–121, 2008
67. Henry, C., "Women and the creative industries: exploring the popular appeal", Creative Industries Journal, V.2, N.2, 2009
68. Henry, C., ed., "Entrepreneurship in the creative industries: an international perspective", Edward Elgar Publishing, Inc., 2007
69. Henry, C., Johnston, K., "The creative industries: Ireland's new tiger economy?", Irish Journal of Management, V. 28, N. 2, 2007
70. Hjalager, A.M., Richards, G., ed., "Tourism and gastronomy", Routledge, London, 2002
71. Holland, J., Dixey, L., Burian, M., "Tourism in poor rural areas: diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic", PPT N.12, 2003
72. Hunziger, W., Krapf, K., "Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre", Ciri, 1942
73. Ilbery, B., Saxena, G., Kneafsey, M., "Exploring tourists and gatekeepers' attitudes towards integrated rural tourism in the England–Wales border region", Tourism Geographies, Vol. 9, No. 4, 441–468, 2007
74. Iorio, M., Andrea Corsale, A., "Rural tourism and livelihood strategies in Romania", Journal of Rural Studies, 26, 152–162, 2010
75. Ivanović, J., Pantić, M., "Specifičnost sela u Srbiju u kontekstu turističkog potencijala", "Strateški i metodološki pristup(i) za promociju turističkog potencijala srpskog sela", Udruženje urbanista Srbije, Beograd, 2007
76. Iakovidou, O., Koutsou, S., "The role of womens agrotourism co-operatives to the development of rural tourism in Greece", 2007
77. Ivona, A., "Farm tourism and rural development. A successful combination? A local experience", paper presented at the International Conference "Reinventing Regions in the Global Economy", Pisa, 2003
78. "Investing in rural creativity: new rural arts strategy", Discussion paper for circulation to the Arts Council England, DCMS, DEFRA, the Countryside Agency, ACRE, NFU and the RCF, 2005

79. Jafari, J., ed., "Encyclopedia of tourism", Routledge, 2000
80. Jaszczak, A., Žukovskis, J., "Tourism business in development of European rural areas", Management theory and studies for rural business and infrastructure development, Nr. 20 (1). Research papers, 2010
81. Jeffries, D., "Governments and tourism", Butterworth-Heinemann, 2001
82. Jaworski, A., Pritchard, A., eds., "Discourse, communication and tourism", Channel View Publications, 2005
83. Jelincic, D., A., "Abeceda kulturnog turizma", Meandarmedia, Zagreb, 2009
84. Jolly, D., Reynolds, K., "Consumer demand for agricultural and on-farm nature tourism", UC Small Farm Center, 2005
85. Kastenholz, E., Almeida, A.L., "Seasonality in rural tourism – the case of North Portugal", Tourism Review, Vol. 63, N. 2, p. 5-15, 2008
86. Knowd, I., "Rural tourism: panacea and paradox. Exploring the phenomenon of rural tourism and tourism's interaction with host rural communities", 2001
87. Komppula, R., Saraniemi, S., "Export success determinants in rural tourism", Paper presented at the ANZMAC conference, Sydney, Australia, 2008
88. Kulcsar, N., "Rural tourism in Hungary: the key of competitiveness", Proceedings of FIKUSZ '09 Symposium for Young Researchers, Budapest, p.121-127, 2009
89. Kumar, J.L., "The encyclopedia of tourism in 21st century", Anmol Publications PVT.Ltd., New Delhi, 2005
90. Kloeze, J., "Rural tourism: a gender approach", 6th World Leisure Congress, Leisure and Human Development, Spain, 2000
91. Koscak, M., "Integral development of rural areas, tourism and village renovation, Trebnje, Slovenia", Tourism Management, V.19, N.1, p. 81-86, 1998
92. Lane, B., "What is rural tourism?", Journal of sustainable tourism, V. 2, I. 1&2, p.7-21, 1994
93. Lanquar, R., "Sociologie du tourisme et des voyages", PUF, Paris, 1990
94. Lash, S., Urry, J., "Economies of signs and space", Sage, London, 1994
95. Lukič, A., "Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj", referat, 2003
96. Lazaridis, G., "Women's work and lives in rural Greece: appearances and realities", Ashgate Publishing Limited, 2009
97. Lazzaretti, L., Boix, R., Capone, F., "Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain", Industry and Innovation, V. 15, N. 5, p.549–567, 2008
98. Lee, J., Thomson, K., "The promotion of rural tourism in Korea and other East Asia countries", Paper submitted for the 26th IAAE Conference, Australia, 2006
99. Luloff, A., Bridger, J., Graefe, A., Saylor, M., Martin, K., Gitelson, R., "Assessing rural tourism efforts in the United States", Annals of Tourism Research, Vol. 21, pp. 46-64, 1994
100. Lynch, P., McIntosh, A., Tucker, H., ed., "Commercial homes in tourism: an international perspective", Routledge, 2009
101. Mathieson, A., Wall, G., "Tourism: economic, physical and social impacts", Longman Group Limited, London, 1982
102. Middleton, V., "Tourism in rural areas", Tourism Management, 3 (10), 1982
103. Miller, R., & Associates, "Rural and small-town tourism", The 2007 Travel & Tourism Market Research Handbook, 2006
104. Morna, A., "Rural tourism a current economic phenomenon", Lucrari Stintifice, SERIA I, V. XI, 2009
105. MacCannell, D., "The Tourist", Macmillan, London, 1989

106. Momsen, J., Kukorelli, I., "Gender and rural tourism in Western Hungary", *Eastern European Countyside*, N.13, 2007
107. Nakata, M., Momsen, J., "Gender and tourism: gender, age and mountain tourism in Japan", *Malaysian Journal of Society and Space*, N.6, I.2, p.63 - 71, 2010
108. Negrusa, A., Cosma, S., Bota, M., "Romanian rural tourism development a case study: rural tourism in Maramures", *International Journal of Business Research*, V.7, I.4, 2007
109. Novelli, M., ed., "Niche tourism: contemporary issues, trends and cases", Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2005
110. Nielsen, N., Nissen, M., "Rural tourism – return to the farm perspective", Paper prepared for the 19th Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research, Iceland, 2010
111. Page, S., Getz, D., ed., "The business of rural tourism: International perspectives", International Thomson Business Press, 1997
112. Page, S., Brunt, P., Busby, G., Connell, J., "Tourism: a modern synthesis", Thompson, 1997
113. Pivac, T., Kotic, K., "Importance of szallas farms in rural tourism of Vojvodina", 18th Annual Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) conference, 2008
114. Pardellas, X., Padin, C., Vareiro, L., Ribeiro, J., "Tourism in rural areas: a comparative analysis of Galicia and North of Portugal", *ERSA conference papers from European Regional Science Association*, 2004
115. Pender, L., Sharpley, R., ed., "The management of tourism", SAGE publications, 2005
116. Perales, R.M., "Rural tourism in Spain", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 4, p. 1101–1110, 2002
117. Petrou, A., Pantiziou, E., Dimara, E., Skuras, D., "Resources and activities complementarities: the role of business networks in the provision of integrated rural tourism", *Tourism Geographies*, Vol. 9, No. 4, 421–440, 2007
118. Picard, D., Robinson, M., ed., "Festivals, tourism and social change: remaking worlds", Channel View Publications, 2006
119. Pigram, J., Jenkins, M., "Outdoor recreation management", Routledge, 1999
120. Polo, A.I., Frías, D., "Collective strategies for rural tourism: the experience of networks in Spain", *Journal of Tourism Consumption and Practice*, V.2, N.1, 2010
121. Polucha, I., Žukovskis, J., "Regional aspects of rural tourism development in the areas with valuable resources: case of Warmia and Mazury region in Poland", *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*. Nr.21,(2), Research papers, 2010
122. Potts, J., Cunningham, S., "Four models of the creative industries", *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), p. 233-247, 2008
123. Prentice, R., Andersen, V., "Festivals as creative destination", *Annals of Tourism Research*, V. 30, N. 1, p. 7–30, 2003
124. Prideaux, B., Moscardo, G., Laws, E., ed., "Managing tourism and hospitality services: theory and international application", CABI International, 2006
125. Pritchard, A., et al., eds., "Tourism and gender: embodiment, sensuality and experience", CAB International 2007
126. Rátz, T., Puczkó, L., "Folklore arts as cultural attraction in hungarian tourism", Paper presented at the "Innovatory Approaches to Culture and Tourism", ATLAS International Conference, Greece, 1998

127. Richards, G., Hall, D., "Tourism and sustainable community development", Routledge, 2000
128. Roberts, D., Hall, D., "Rural tourism and recreation: principles to practice", CABI Publishing, UK, 2001
129. Ramanauskienė, J., Gargasas, A., Ramanauskas, J., "Marketing solutions in rural tourism development in Lithuania", *Ekonomika*, N.74, 2006
130. Robinson, M., Boniface, P., Eds., "Tourism and Cultural Conflicts", CABI, Wallingford, 1999
131. Rural development commission, Survey of rural services, London, 1994
132. Russo, A., "Cultural gateways: building partnerships for sustainable development in destination regions", Paper presented for the 45th Congress of the European Regional Science Association. Vrije University Amsterdam, 23-27, August, 2005
133. Ružič, P., "Ruralni turizam", Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula, 2005
134. Ryan, C., Aicken, M., Eds., "Indigenous Tourism: The Commodification and Management of Culture", Elsevier, Oxford, 2005
135. "Rezultati ankete o efektima mere za podsticaj seoskog turizma u Srbiji i diverzifikaciju ekonomskih aktivnosti na selu", Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije, Sektor ruralni razvoj, 2009
136. "Rural and farm tourism", Publication, VisitBritain, 2004
137. "Rural and small town Canada analysis bulletin", Vol.6, No. 5, 2005
138. Saxena, G., Clark, G., Oliver, T., Ilbery, B., "Conceptualizing integrated rural tourism", *Tourism Geographies*, Vol. 9, No. 4, 347–370, 2007
139. Sharpley, R., "Flagship attractions and sustainable rural tourism development: the case of the Alnwick Garden, England", *Journal of Sustainable Tourism* Vol. 15, No. 2, 2007
140. Sharpley, R., "Travel and tourism", SAGE Publications, 2006
141. Sharpley, R., Sharpley, J., "Rural tourism: an introduction", International Thomson Business Press, 1997
142. Sharpley, R., Telfer, D., ed., "Tourism and development: concepts and issues", Channel View Publication, 2002
143. Sherpa, Y., "Mountain tourism: a boon or a bane? Impacts of Tourism on Himalayan Women", Women of the Mountains Conference, USA, 2007
144. Sidali, K., "Farm tourism: a cross-country empirical study in Germany and Italy", PhD dissertation, Georg-August-University, Germany, 2009
145. Sidali, K., Spiller, A., Schulze, B., ed., "Food, agri-culture and tourism - linking local gastronomy and rural tourism: interdisciplinary perspectives", Springer, 2011
146. Šimkova, E., "The potential of rural tourism and sustainable development of rural areas", *Economics and management*, V.4, 2007
147. Šimkova, E., "Strategic approaches to rural tourism and sustainable development of rural areas", *AGRIC. ECON. – CZECH*, 53, (6): 263–270, 2007
148. Sims, R., "Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 17, No. 3, 321–336, 2009
149. Sinclair, T., M., ed., "Gender, work and tourism", Routledge, 1997
150. Skuras, D., Dimara, E., Petrou, A., "Rural tourism and visitors' expenditures for local food products", *Regional Studies*, Vol. 40.7, pp. 769–779, 2006
151. Skuras, D., Petrou, A., Clark, G., "Demand for rural tourism: the effects of quality and information", *Agricultural Economics*, N. 35, p.183–192, 2006
152. Snyder, J.M., Stonehouse, B., ed., "Prospects for polar tourism", CABI Publishing, 2006

153. Stabler, M., ed., "Tourism and sustainability: principles to practice", CAB International, UK, 1997
154. Swarbrooke, J., "The development and management of visitor attractions", Butterworth-Heinemann, 2002
155. Scheyvens, R., "Tourism for development: empowering communities", Pearson Education, Harlow, 2002
156. Selwyn T., Ed., "The tourist image: myths and myth making in tourism", John Wiley, 1996
157. "Study on the relationship between Hong Kong's cultural & creative Industries and the pearl river delta", Centre for Cultural Policy Research, The University of Hong Kong, 2006
158. "Survey on the attitudes of Europeans towards tourism: Analytical report, Wave 2", European Commission, 2010
159. Telfer, D., Sharpley, R., "Tourism and development in the developing world", Routledge, 2008
160. Theobalt, F.W., ed. "Global tourism", Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2005
161. Thomas, R., ed., "Small firms in tourism: international perspectives", Elsevier Ltd., 2004
162. Tikkanen, I., "Resource approach to rural tourism in Finland: case Vaajasalmi", Matkailututkimuksen XIV Symposium, Kuopio, Finland, 2004
163. Towner, J., "An historical geography of recreation and tourism in the western world 1540–1940", John Wiley & Sons, Chichester, 1996
164. Tribe, J., ed., "Philosophical issues in tourism", Channel View Publications, 2009
165. Tisdell, C., Ed., "The economics of tourism", Edward Elgar, Cheltenham 2000
166. Tulloch, J., "Performing culture: stories of expertise and everyday", Sage, London, 1999
167. Turner, L., Ash, J., "The Golden Hordes: international tourism and the pleasure periphery", Constable, London, 1975
168. "The challenge of assessing the creative economy: towards informed Policy-making" Creative economy report, UNDP, UNCTAD, 2008
169. "The Europeans on holidays: facts and figures", European Commission, 1998
170. "Tourism strategies and rural development", Organisation for economic co-operation and development, Paris, 1994
171. "Towards quality rural tourism: integrated quality management (IQM) of rural tourist destinations", European Commission, Brussels, 1999
172. "Tourism strategies and rural development", Organisation for Economic Co-Operation and Development, Paris, 1994
173. "Turizam na seoskim obiteljskim gospodarstvima", Hrvatska gospodarska komora, Sektor za turizam i ugostiteljstvo, 2002
174. Urry, J., "Consuming places", Routledge, London, 1995
175. Unković, S., Zecević, B., "Ekonomika turizma", Ekonomski fakultet, Beograd, 2006
176. Vanhove, N., "The economics of tourism destinations", Butterworth-Heinemann Elsevier, 2005
177. Verbole, A., "Actors, discourses and interfaces of rural tourism development at the local community level in Slovenia: social and political dimensions of the rural tourism development process", Journal of Sustainable Tourism, V.8, N.6, p.479-490, 2000

178. Weaver, D., "Sustainable tourism: theory and practice", Butterworth-Heinemann Elsevier, 2006
179. Weaver, D., Oppermann, M., "Tourism management", John Wiley & Sons, 2000
180. Weaver, D., "Peripheries of the periphery - tourism in Tobago and Barbuda", Annals of Tourism Research, 25(2), pp. 292-313., 1998
181. Wilson, N., "Learning to manage creativity: an occupational hazard for the UK's creative industries", Creative Industries Journal, V.2, N.2, 2009
182. Wurzbarger, R., ed. "Creative tourism, a global conversation", The city of Santa Fe, 2010
183. WTO, "Koncepts, definitions and classifications for tourism statistics – A technical Manual", Item 3, Madrid, 1995, p.21
184. Zvaigzne, A., "Risk diversification strategies of Latvian rural tourism enterprises", Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, V.3, N. 12, p.387–394, 2008
185. Алексиева, Й., Стамов, С., "Специализирани видове туризъм – Селски туризъм", Кота, Стара Загора, 2005
186. Атанасова, М., "Методически проблеми при проектиране на обекти за селски и аграрен туризъм", Авангард Прима, София, 2006
187. Атанасова, М., Бъчварова, С., "Селски и аграрен туризъм в България", Авангард Прима, София, 2006
188. Атанасова, М., Кънева, К., Атанасова-Чопева, М., "Развитие на селски и аграрен туризъм в някои страни на Европа и Америка", Авангард Прима, София, 2006
189. Ацковска, М., "Туризмът и економскиот развој на Република Македонија", Економски Институт, Скопје, 2009
190. Ацковски, Н., Ацковска, М., "Економика и организација на угостителството", ФТУ, Охрид, 2003
191. "Адресар на општини во Република Македонија", МЦМС и ЗЕЛС, 2010
192. Будиноски, М., "Истражување на туристичкиот пазар", Факултет за туризам – Скопје, Скопје, 2007
193. Бъчваров, М., Тончев, Ц., "Основи на туризъма", Тилия, София, 1996
194. Василевска, Ц., "Туризмът и дивината", труд подготвен за "Еколошки и социопсихолошки аспекти на туризмът", Симпозиум со меѓународно учество, ФТУ, Охрид, 1997
195. Войнова, Й., "Селски туризъм", Университет "Неофит Рилски", Благоевград, 2008
196. Георгиев, Г., Апостолов, Н., "Туристически ресурси", Университетско издателство "Неофит Рилски", Благоевград, 2006
197. Димитриевска, В., Стојаноска, Т., "Родов концепт во руралните средини во Република Македонија", Сојуз на организации на жени во РМ, Скопје, 2003
198. Добрева, С., ед., "Село и туризъм", Институт по социологија при БАН, Аля, София, 2007
199. Зиков, М., "Руралниот простор во новите развојни услови во Република Македонија", Зборник на трудови "Руралниот простор во новите развојни услови", книга 1, стр.1, УКИМ, ПМФ, Скопје, 2006
200. "Закон за земјоделство и рурален развој", Службен весник на РМ, бр.49 од 12.04.2010
201. "Закон за рамномерен регионален развој", Службен весник на РМ, бр.63 од 22.05.2007

202. “Закон за угостителска и Закон за туристичка дејност”, Службен весник на РМ, бр.62 од 16.10.2004
203. Златев, С., “Монеграфија, најмал етнологски музеј во светот”, Скопје, 2009
204. Китанов, В., “Развој на руралниот туризам во регионот Малеш-Пијанец”, Завод за заштита на спомениците и културата, Штип, 2010
205. Костов-Кинек, С., “За устойчиво развитие на селскиот туризъм”, Благоевград, 1996
206. Котлер, Ф., Бовен, Џ., Макенс, Џ., “Маркетинг во хотелската индустрија и туризмот”, Дата Понс, Скопје, 2009
207. Кръстева, В., “Гостоприемство на дома и селището”, Бургаска асоцијација за еколошки и селски туризъм, Логос Принт, Бургас, 2006
208. “Каталог на културни манифестации на ЕЛС”, ЗЕЛС, Скопје, 2009
209. Маджарова, С., “Аграрен туризъм”, Универзитетско издание Стопанство, София, 2005
210. Мариноски, Н., “Основи на туристичка теорија и практика”, ФТУ, Охрид, 2008
211. Мариноски, Н., “Туристичка географија”, ФТУ, Охрид, 2006
212. Мариноски, Н., “Туристички агенции”, ФТУ, Охрид, 2005
213. Маринов, В., Янева, В., Минковски, Р., Вџарова, М., “Мониторинг на туристичкото търсене”, СУ, София, 2000
214. Маркоски, Б., “Руралната средина во Република Македонија”, Зборник на трудови “Руралниот простор во новите развојни услови”, книга 1, стр.30, УКИМ, ПМФ, Скопје, 2006
215. Мукиновиќ, Љ., “Современ лексикон на странски зборови и изрази”, Наша книга, Скопје, 1990
216. “Моја земја”, Списание за земјоделство и рурален развој, бр.37, Ноември 2008
217. “Национална стратегија за развој на туризмот 2009-2013”, РМ, 2009
218. Панов, Н., “Можности за развој на селскиот туризам во Република Македонија”, Зборник од Вториот конгрес на географите на Република Македонија, УКИМ, ПМФ, Скопје, 2000
219. Панов, Н., “Основи на туризмот”, ПМФ, Скопје, 2004
220. “Патувања на домашното население”, ДЗС, 2008
221. Пенерлиев, М., ед., “Селски туризъм – състояние, проблеми и тенденции”, Фабер, 2009
222. Петковска, А. и ек.тим, “Мапирање на креативните индустрии во Република Македонија”, Проект на Министерство за култура на Република Македонија и Британскиот Совет, 2009
223. Попйорданов, Л., Генова, Л., Стојанов, Я., “Алтернативниот туризъм в България – перспективен семеен бизнис”, БААТ, София, 2003
224. Попова, Н., “Същност и особености на организацията на селскиот туризъм”, Годишник на СУ, Геолого-географски факултет, Книга II, том 88, София, 1997
225. “Просторен план на Република Македонија – Стратегија за просторен развој”, Министерство за животна средина и просторно планирање, 2004
226. Ракичевиќ, Г., “Заштита на природната средина и развојот на руралниот туризам”, труд подготвен за “Еколошки и социопсихолошки аспекти на туризмот”, Симпозиум со меѓународно учество, ФТУ, Охрид, 1997
227. Ржарова, Е., “Агротуризмот во Италија – искуство достоино за почит”, Материјали од научниот собир “Пелистер и можностите за развој на туризмот и

еколошката заштита во потпелистерските села”, Друштво за наука и уметност, Битола, 2002

228. “Регионите во Република Македонија, 2009”, ДЗС, 2010

229. “Регистар на туристичките агенции”, Министерство на економија, Сектор за туризам, РМ

230. Сенић, В., “Улога услуга у развоју руралног туризма и заштити животне средине”, XI Мечђународни научни скуп “Власински сусрети 2005”, Зборник радова 2, Београд, 2006

231. Спасески, Ј., Аслимоски, П., “Безбедност во туризмот”, ФТУ, Охрид, 2005

232. Стамов, С., Алексиева, И., “Хотелиерство”, Кота, Пловдив, 2006

233. Станков, В., Станкова-Данева, Г., “Аграрен туризъм”, Аграрен Университет, Пловдив, 2008

234. Станкова, М., “Алтернативен туризъм – организационни принципи и управленчески практики”, Университет “Неофит Рилски”, Благоевград, 2006

235. Станкова, М., “Форми на алтернативен туризъм – Селски туризъм”, УНСС, София, 2003

236. Станкова-Данева, Г., “Структура на продукта на селският туризъм, издръжки и цена на негови елементи”, Дисертация, Институт по аграрна икономика, София, 2005

237. Статев, В., “Селски туризъм”, Фабер, Велико Търново, 2007

238. Стоянова, С., “Планиране и финансиране на селският туризъм”, Университет “Пасий Хилендарски”, Пловдив, 2008

239. Славејков, П., Найденов, К., “Икономика на туризъма”, СУ, София, 2009

240. “Студија за состојбите во руралните заедници”, МЦМС, Скопје, 2007

241. Ташков, Н., “Туристички вредности на бањите во Република Македонија”, Штип, 2004

242. Талеска, М., “Рурален туризам”, Библиотека Студиорум, Скопје, 2009

243. Танчева, В., “Придобивките од активното вклучување на македонските села во развојот на руралниот туризам”, Зборник на трудови бр.1, МИТ, Скопје, 2010

244. Тодоровић, М., Штетић, С., “Рурални туризам”, Географски факултет, Београд, 2009

245. “Туризам во Република Македонија, 2005-2009”, ДЗС, Скопје, 2010

Интернет страни:

1. <http://www.antrec.ro/>
2. <http://www.atostogoskaime.lt/en/>
3. <http://www.aiest.org/>
4. <http://www.baatbg.org/>
5. <http://www.berghapton.org.uk/>
6. <http://www.berovobooking.com.mk/>
7. <http://www.celotajs.lv/index.do>
8. <http://www.ecovast.org/>
9. <http://www.eurogites.org/>
10. <http://www.edenproject.com/>
11. <http://www.farmstay.co.uk/>
12. <http://www.gfk.co/>
13. <http://www.mia.com.mk/default.aspx?vld=59534418&lld=1>
14. <http://www.mn.mk/>
15. <http://www.mecavnik.info/>

16. <http://kreativnigradovi.kauza.mk/2010/05/01/83>
17. <http://www.hotelmanastir.com.mk/>
18. <http://www.popovakula.com.mk/>
19. <http://www.ruraltourisminternational.org/>
20. <http://www.ruraltourisminternational.org/Denmark>
21. <http://www.selo.co.rs/index.php>
22. <http://www.tkm.org.mk/>
23. <http://www.unwto.org/>
24. <http://www.visitpelagonia.mk/>